

9

Tweeter

0

J'aime

1

•

- [Home](#)
- [A propos](#)
- [Glossaire](#)
- [Me contacter](#)
- [Mentions légales](#)
- [Apple](#)
- [Community Management](#)
- [Divers](#)
- [Interview](#)
- [Médias sociaux](#)
- [News](#)

search this site...



[Web Social](#)

[A propos](#)[Interviews](#)[Nous contacter](#)[8](#)

Ici, on parle de médias sociaux, de community management et un peu d'Apple aussi !

[Home](#) » [Interview](#) » Interview de Laurène Sombrun, Responsable de Communication chez IPTIC

Interview de Laurène Sombrun, Responsable de Communication chez IPTIC

Posté le 14 mai 2012 dans [Interview](#) | [Aucun commentaire](#)



Aujourd'hui c'est lundi, comme la semaine dernière donc nous vous présentons une nouvelle interview ! C'est Laurène Sombrun, Responsable de Communication chez IPTIC qui nous dévoilera aujourd'hui son point de vue sur les diverses questions social media que nous lui proposons.

Suivre @slaurenes

Peux-tu te présenter à nous et nous parler de ton parcours professionnel ?

Bonjour aux internautes, je suis Laurène Sombrun, 23 ans, responsable de la communication du centre de formation professionnelle IPTIC et future diplômée d'un Master 2 Communication et Relations Presse 2.0. J'ai un parcours plutôt atypique, issue de la fac de droit et ensuite de langues, je me suis prise de passion pour le milieu de la com' et notamment le web social, que je pratique depuis maintenant quelques années. J'ai entre autres participé à la création et au développement des communautés de la SACEM et de la CICF (syndicat patronal) sur les réseaux sociaux.

Quels usages as-tu des médias sociaux ?

Tout d'abord un usage professionnel, qui me permet d'accomplir toute ma [veille](#) concurrentielle/marché/tendances et également le développement du réseau de mon entreprise avec un objectif final souvent commercial.

Pour ce qui est de l'usage personnel, je dois avouer qu'il est plus important notamment ces derniers temps puisque je recherche un emploi à la fin de mon alternance à l'IPTIC. Je crois beaucoup au recrutement 2.0 et c'est donc pour cela que je me suis lancée dans la curation de contenus sur les RH 2.0, le management et la communication interne via mon ScoopIt, le [Bazar de la Com](#).

Et pour finir, je suis très active sur tout ce qui concerne le football, une de mes grandes passions.

Le Community Management, pour toi, qu'est-ce que ça représente ?

Toute jeune lycéenne et consommatrice, je me demandais déjà comment fonctionnait la communication des marques envers leurs fans. Le phénomène Apple n'était pas encore

popularisé et la notion de communauté se rapportait pour moi aux forums gérés directement par les fans.

Aujourd'hui le Community Management a réussi pour moi le pari de proximité des marques avec leurs publics et permis de réguler mieux les informations, news ou rumeurs publiées. Cela ne veut pas dire que tout est gérable et géré, mais c'est déjà un pas de plus dans l'esprit du consommateur, tant au niveau affectif que commercial ; l'internaute sait que face à lui se trouve une personne de chair et d'os représentant sa marque favorite qui s'adresse à lui et parfois même lui répond.

Quel est le planning de ta journée type et quels outils utilises-tu pour ton travail ?

Mes missions aujourd'hui ne s'arrêtent pas au Community Management, en tant que responsable com' de cette PME et seule rattachée à ce service, j'ai également à gérer les relations presse, le site internet, le print et l'événementiel de l'entreprise, qui s'inscrivent dans la stratégie annuelle que j'ai mise en place.

Pour toute la partie CM, je passe environ 1h le matin dans les transports sur ma veille, ce qui me permet quand j'arrive de réaliser une mini « revue de presse » pour ma direction. C'est plus tard dans la journée que je m'active réellement sur les médias sociaux, en fin d'après-midi ou parfois dès que j'ai une exclu à faire partager.

Cette activité est réellement chronophage et demande une certaine organisation pour ne pas « perdre » du temps, qui semble toujours plus rapide quand on surfe !

J'utilise essentiellement Twitter et Viadeo dans mon travail, sachant que le Twitter de l'entreprise est rattaché au compte Facebook et l'alimente de ce fait. Viadeo me sert plus dans ma prospection commerciale.

Pourquoi être présent sur les médias sociaux lorsque l'on est une PME ?

C'est exactement la question que m'a posée ma patronne, et je lui ai répondu : tout simplement parce que nos concurrents n'y sont pas !

Plus sérieusement, je peux comprendre que les petites PME aient du mal à être présentes sur les médias sociaux, par manque de temps et d'effectif consacré à cette tâche ou parce qu'ils n'y connaissent pas grand-chose. Et ce qu'on ne connaît pas peut malheureusement faire peur. Or il n'y a pas besoin d'être une grande marque pour acquérir une visibilité. Pouvoir être facilement repérable sur les médias sociaux aujourd'hui est en quelque sorte gage de qualité, surtout lorsque l'on poste un contenu pertinent. Cela permet également de pallier à l'absence d'un site internet par exemple. Personnellement, quand je recherche une entreprise aujourd'hui je fais toujours un tour sur les médias sociaux pour en savoir plus, en dehors du site internet quand il existe : cela me rassure et le lien de proximité est rapidement établi.

Une qualité clé chez le Community Manager ?

Je ne le dirai jamais assez, cela demande de l'organisation. Evidemment de la curiosité, de la disponibilité, des connaissances, de la rapidité... Mais si l'on est dépourvu de tout sens organisationnel, pour moi c'est raté. Il faut savoir prioriser, jongler avec les informations, respecter une certaine stratégie, et malgré son apparence « cool » cela demande beaucoup de

rigueur. C'est le côté moins fun du Community Management, mais il ne faut pas oublier que c'est du travail avant tout !

Comment fais-tu pour trouver du contenu à partager ?

J'utilise des outils très simples : les alertes Google et Google Actualités, les flux RSS des sites qui m'intéressent, Twitter, ScoopIt et la presse web/papier. Pour tout ce qui concerne le web, facile, j'ai ma liste de mots-clés toujours à portée de main qui m'aide à trouver les contenus les plus pertinents. Le reste des informations sont produites en interne et retravaillées pour notre cible.

Quels conseils donnerais-tu à quelqu'un qui veut se lancer dans le Community Management ?

Simplement de rester soi-même. Certes le Community Manager représente sa marque et ses valeurs, mais il doit avant tout rester humain et accessible, en suivant bien évidemment la politique de l'entreprise. S'approprier sa marque sans perdre sa personnalité. J'ai toujours plus de plaisir à suivre des marques dont les CM prennent le temps de répondre à leurs fans dans la mesure du possible plutôt que ceux qui se comportent comme des robots. J'aime aussi la fantaisie et l'humour, surtout de la part de ceux qui travaillent pour des marques peu « funky » à la base. Et il n'y en a pas beaucoup ! Mais ce n'est que mon opinion.

As-tu un projet en rapport avec le web social dont tu aimerais faire la promotion en quelques lignes ?

Ce n'est pas un projet personnel mais plutôt une action que je soutiens : le recrutement via les médias sociaux. Comme je l'expliquais précédemment, c'est un sujet que j'étudie depuis quelques temps notamment en relation avec des blogueurs RH et que je trouve porteur d'avenir. N'abandonnons pas les candidatures traditionnelles, les CV et lettres de motivations en tous genres. Mais n'oublions pas que les hommes et les femmes sont des talents avant tout et que via les médias sociaux leurs qualités (et défauts !) s'exposent à l'état brut. Beaucoup plus parlant qu'un CV sans saveur, vous ne trouvez pas ?

Qui nous suggérerais-tu d'interviewer dans tes connaissances ?

Vaste question ! Mais pour n'en choisir qu'un et en l'occurrence qu'une, je vous conseillerais Marie Kuntz, community manager entre autres pour l'ECS, école de communication et TBWA.

- [Publiez-le sur Facebook](#)

19

19