

Médias Sociaux

Personal Branding & Corporate Branding dans les médias sociaux

Search for:

- [Home](#)
- [Conférences](#)
- [Presse / Vidéos](#)
- [Témoignages](#)
- [Nos services](#)
- [S'abonner](#)
- [English](#)

Interview de Yann Gourvennec sur sa vision des médias sociaux

Bonjour Yann, pourrais-tu te présenter en quelques mots ?

Je travaille pour Orange Business Services. C'est l'entité d'Orange dédiée au business-to-business, c'est-à-dire les ventes de services et de produits de réseaux et télécommunication aux entreprises dans le monde entier. Nous sommes présents dans 166 pays directement, mais nos activités s'exercent dans 220 pays et territoires.



Au sein de cette entité, je m'occupe de gérer les sites Web. Il y en a environ une soixantaine auxquels il faut ajouter les médias sociaux : blogs, Twitter, Facebook et surtout LinkedIn / Viadeo (car nous sommes en B2B).

2. Peux-tu nous donner ta définition des médias sociaux ? Quelle différence avec les réseaux sociaux ?

Les médias sociaux sont un nom un peu barbare qui a été inventé (on ne sait plus bien par qui d'ailleurs) vers la fin de l'année 2008 afin de remplacer le vocable un peu éculé de Web 2.0. Il s'agit en quelques mots du Web collaboratif dans son ensemble. Mais, ce n'est pas seulement une question d'outils, de logiciels ou de services, c'est aussi et surtout un état d'esprit, une véritable philosophie du Web et de l'intelligence collective.

Ce terme est critiquable car il donne l'impression que le Web est un médium/média or ce n'est pas tout à fait vrai. C'est plutôt un support car les médias peuvent être inventés ou réinventés sur ce support. Quant au qualificatif de social, il est aussi de nature à induire en erreur du fait de sa polysémie. Mais, il faut bien appeler ce phénomène d'une manière ou d'une autre afin que les gens retiennent le concept et se l'approprient. Alors, pourquoi pas médias sociaux ? En fait, on pourrait appeler aussi cela Web 3.0, 4.0, 6.0, ... Le plus important, ce n'est pas la terminologie mais ce que nous faisons avec ce Web collaboratif, ces échanges en ligne.

Les réseaux sociaux font partie des médias sociaux, c'est un sous-ensemble des médias sociaux. Ils permettent de faire fonctionner le Web collaboratif. Les plus importants sont LinkedIn à l'international et Viadeo principalement en France (et aussi un peu aux États-Unis depuis qu'ils ont racheté Unyk). Il y a aussi Xing dans le monde germanophone et en Chine.

3. Depuis combien de temps utilises-tu les médias sociaux ? Pourquoi et comment ?

J'utilise les médias sociaux à titre personnel depuis environ 5 ans, c'est-à-dire avant qu'on appelle ça des médias sociaux ! Mais j'utilise Internet de cette façon depuis le début, c'est-à-dire 1995. Les outils ont changé, mais pas l'esprit d'Internet. Les pionniers de l'Internet le savent tous. Une véritable révolution de l'information, de la communication et du marketing a déjà eu lieu il y a bien longtemps, mais aujourd'hui, elle s'ouvre au plus grand nombre avec tout ce que cela peut comporter d'opportunités et de risques d'ailleurs.

Ma motivation n'est pas matérialiste ou orientée vers la recherche d'emploi. D'ailleurs, j'ai toujours créé ma « fonction », c'est pour cela que je me décris comme un intrapreneur. D'après moi, les médias sociaux sont

un moyen de valoriser des contenus, de partager de la connaissance et d'échanger avec mes pairs. Je suis un insatiable créateur, je ne cesse d'innover depuis plus de 20 ans que je travaille, et l'Internet est une formidable ardoise magique qui permet d'écrire, de réécrire, d'effacer, de recommencer inlassablement. Cette richesse est fantastique et la valeur est dans ce partage, dans la connaissance qui se crée, et le plaisir de pouvoir échanger avec le plus grand nombre dans le monde entier sur les sujets qui me passionnent, y compris la peinture qui est ma passion.

J'échange avec des professionnels et aussi avec mes élèves car je suis également professeur vacataire à l'université de Paris-Dauphine, et à l'Ecole Supérieure de Gestion de Paris en MBA e-business, et l'an prochain également à HEC.

Le goût de l'écriture est également un moteur car j'adore écrire, dans ma langue maternelle mais également dans ma langue d'adoption qu'est l'Anglais, et j'ai la chance de pouvoir écrire pour un journal Internet anglais (Bnet.co.uk), c'était mon rêve !

4. Qu'on soit une entreprise ou un individu, comment échouer dans les médias sociaux ? As-tu des exemples de mauvaises pratiques ? Veux-tu partager ta plus grosse boulette ?

J'observe – hélas – beaucoup de mauvaises pratiques dans les entreprises ou chez les individus. D'une certaine façon, ces pratiques se rejoignent car les entreprises utilisent des techniques de réputation en ligne testées et inventées par des individus. Ces mêmes individus travaillent sur des entreprises et sur des marques. Les marques elles-mêmes s'appuient sur des individus. Donc, tout cela fait partie d'une relation complexe qui s'auto-alimente.

Le plus gros danger en 2010, alors que les médias sociaux prennent leur essor et se « normalisent », est que l'on oublie les règles déontologiques du 2.0. Que l'on essaie « d'infiltrer les réseaux sociaux » en donnant des informations sous un faux nom ou d'une façon déguisée. C'est illégal en France et bientôt aux États-Unis mais c'est surtout très maladroit. Sans compter le risque d'avoir une jolie page à la une des journaux qui soulignera la présence en ligne de l'entreprise pour de mauvaises raisons. Les professionnels en entreprise vont devoir être vigilants et didactiques.

Dans la série des mauvaises pratiques, on peut citer également les entreprises qui essaient de sauter dans le train des médias sociaux, notamment Twitter. Il y a une course au nombre de suiveurs (followers) mais peu d'élus aujourd'hui ! Beaucoup d'entreprises ont d'ailleurs raté le train au moment où c'était relativement facile de développer son compte et sa présence. Mais, elles n'ont pas assez travaillé sur leur « whuffie » pour reprendre l'expression de Tara Hunt, c'est-à-dire leur désirabilité sur les médias sociaux. Ces entreprises essaient de rentrer sur Twitter en utilisant des messages de l'ancien temps, qui n'ont aucun intérêt pour leurs interlocuteurs, parce qu'ils ne leur sont pas réservés et qu'ils n'ont aucune valeur ajoutée. Les résultats sont absolument lamentables. Ainsi, on voit de très grandes marques qui, bien qu'ayant des millions de clients, ont seulement 5 suiveurs ! C'est un échec terrible.

Ma plus grosse boulette personnelle a été de suivre trop de personnes trop vite sur Twitter et de m'apercevoir qu'à partir de 2000 personnes suivies, mon compte était bloqué (c'est-à-dire impossible de suivre une personne de plus). Tant pis, cela m'apprendra à vouloir aller trop vite !

5. Inversement, peux-tu partager quelques bonnes pratiques personnelles ou d'Orange Business Services ? Ta plus belle réussite personnelle ou celle d'Orange ?

Pas de fausse modestie ! Je suis très fier de ce que nous avons fait pour Orange Business Services. C'est très difficile pour une marque de se lancer dans les médias sociaux. On pense qu'il suffit de mettre un logo en ligne et que parce que ce logo a une grosse notoriété, les choses vont se passer de même sur Internet. Et bien, c'est exactement l'inverse ! C'est très difficile. Il y a une suspicion naturelle envers les marques qui se mettent sur Internet car les internautes ont peur de la manipulation. Ils sont très vigilants.

Parmi mes plus belles réussites, je citerais la WebTV d'Orange Business Services (<http://www.orange-business.tv/>) qui a réussi en un an à attirer une communauté business-to-business sur des sujets qui pourraient être jugés arides par le vulgum pecus ! Plus de 66 000 diffusions en 1 an, 250 contenus originaux et nous avons passé la barre des 3500 heures de diffusion sur Internet en 2009. C'est un énorme succès. Aujourd'hui, nous revendons cette WebTV à des clients. Si on avait besoin d'un exemple pour montrer que les marques deviennent productrices de contenu, le voici ;-)

6. Quel est le niveau de maturité des entreprises françaises et mondiales vis-à-vis des médias sociaux ? Quels sont les pays en avance et ceux en retard ? Quelles sont les entreprises leaders

dans les usages ?

L'avance et le retard, c'est dans la tête. J'ai vu des Australiens se plaindre d'être en retard, des Anglais se plaindre aussi, des Allemands se croire en retard, des Américains se plaindre d'être en retard, et bien sûr des Français – qui se plaignent tout le temps – d'être plus en retard que tout le monde. En résumé, tout va bien puisque tout le monde est en retard ! Cependant, il est certain que le développement des médias sociaux dans les entreprises est plus important et plus mature aux États-Unis qu'en France. Mais dans notre pays les médias sociaux se développent bien car la création de contenu généré par l'utilisateur (UGC) est importante. Les utilisateurs français sont désinhibés par rapport à des outils comme les blogs notamment. En Angleterre, il est beaucoup plus difficile de faire bloguer un employé (il en est de même aux États-Unis). Les blogs y sont plus réservés à des experts, les grandes figures. Les gens ordinaires sont très réservés par rapport aux blogs parce qu'ils ont une peur panique de perdre leur emploi. Dans ces pays où on peut licencier facilement, il y a finalement beaucoup moins de liberté de parole par l'auto-censure. En Europe, les deux pays les plus en avance en termes de blogging sont l'Espagne et la France.

Mais il ne faut pas se reposer sur ses lauriers. Il faut évangéliser sans cesse. C'est ce que nous faisons avec Hervé Kabla de blogangels.net au travers de l'association Media Aces que tu as gentiment relayée sur ton blog. Certaines grandes entreprises en avance sur ces usages sont membres de Media Aces comme Ericsson France ou la Société Générale, mais aussi des PME comme le Musée de l'Informatique. Le 16 mars prochain, nous présenterons de nouveaux cas concrets. Pour suivre les activités de notre association en France, voici notre site : <http://france.media-aces.org>

7. Si tu avais les patrons du CAC 40 en face de toi pour leur parler médias sociaux, quel serait ton message ?

Que ce soient des employés, de futurs blogueurs, des managers, des patrons, je leur dis la même chose : les médias sociaux ne sont qu'un outil parmi tous les outils. Il ne faut pas se laisser éblouir par les modes.

Si votre désir est de vous lancer sur les médias sociaux uniquement parce que tout le monde le fait, alors mon conseil ferme et définitif est de ne surtout pas le faire. Il faut se lancer dans ces initiatives lorsqu'on a véritablement envie de transformer son marketing. S'impliquer dans les médias sociaux... s'impliquer et pas simplement regarder... c'est une démarche marketing et une démarche de management. L'objectif y est de changer fondamentalement et radicalement sa façon de communiquer, mais également de motiver ses employés pour les impliquer dans ce projet.

L'envie de faire mieux doit être le centre de ce projet. Il faut une volonté de fer de changer les choses ; les gens qui sont éblouis par les modes sont en général couverts d'échecs.

8. Le mot de la fin ?

Les médias sociaux sont l'aboutissement d'un long travail des 15 dernières années basé sur la révolution du marketing appelé « Néo-marketing » par Olivier Badot et Bernard Cova. Tous les principes qui sous-tendent les médias sociaux sont liés au changement de responsabilité du marketing et à la transformation de cette discipline en une discipline « responsable », c'est-à-dire responsable envers ses actionnaires, responsable envers ses clients et responsable envers l'environnement.

Comme on dit dans mon pays « War Araog A'tao » : « En avant toujours »... mais pas n'importe comment !

Merci Yann !

War Araog A'tao aussi ;-)



Related posts:

1. [Media Aces : association d'experts des médias sociaux en entreprise](#)
2. [Interview de Jean-Pierre Bonnaud, Personal Branding strategist & Coach](#)
3. [Quand les recruteurs utilisent les réseaux sociaux...](#)
4. [Quand les cambrioleurs utilisent les réseaux sociaux... \(2\)](#)

Tags: [Médias sociaux](#), [Yann Gourvenec](#)

This entry was posted on Thursday, January 14th, 2010 at 14:54 and is filed under [Médias sociaux](#). You can follow any responses to this entry through the [RSS 2.0](#) feed. You can [leave a response](#), or [trackback](#) from your own site.

Leave a Reply

Name (required)

Mail (will not be published) (required)

Website

M'avisier des nouveaux commentaires par courrier électronique

• Recherche

Search for:

• Abonnement par e-mail

Abonnez-vous à ce blog par e-mail :

avec [FeedBurner](#)

• A propos

Mon CV | 2.0



• Réussir sa carrière grâce au Personal Branding



• A découvrir

- [CV 2.0](#)
- [Positive Synergy](#)

• A lire d'urgence !

- [Guide pratique de l'intelligence relationnelle](#)
- [Le management de l'intelligence collective](#)
- [Réussir sa carrière grâce au Personal Branding](#)

• Blogroll

- [Axiopole](#)
- [Blog management de l'intelligence collective](#)
- [Gilles Noblet](#)
- [Le blog d'Olivier Zara](#)
- [Management 2.0](#)
- [ReputationSquad](#)

• Connectons-nous !

- [Connectons-nous sur Facebook](#)
- [Connectons-nous sur LinkedIn](#)
- [Connectons-nous sur Viadeo](#)
- [Mon CV 2.0](#)
- [My Twitter](#)

• Groupes

- [Authentys – Société francophone du Personal Branding](#)
- [Facebook](#)
- [LinkedIn](#)
- [Viadeo](#)

• Recent Posts

- [Interview de Yann Gourvennec sur sa vision des médias sociaux](#)
- [Authentys : rendez-vous le 11 février 2010 à Paris !](#)
- [210.000 vols d'identité chaque année en France](#)
- [Bonne Année 2010](#)
- [Media Aces : association d'experts des médias sociaux en entreprise](#)
- [Le recrutement 2.0 vu par Loïc Le Meur](#)
- [Recrutement 2.0 & Vie numérique](#)
- [Des nouvelles d'Authentys](#)
- [Prochaines formations / conférences \(décembre 2009 & mars 2010\)](#)
- [Barack Obama, expert en réputation numérique ?](#)

• Archives

- [January 2010](#)
- [December 2009](#)
- [November 2009](#)
- [October 2009](#)
- [September 2009](#)
- [August 2009](#)
- [July 2009](#)
- [June 2009](#)
- [May 2009](#)
- [April 2009](#)
- [March 2009](#)
- [February 2009](#)
- [January 2009](#)
- [December 2008](#)
- [November 2008](#)
- [October 2008](#)
- [September 2008](#)
- [August 2008](#)
- [July 2008](#)
- [June 2008](#)
- [May 2008](#)
- [April 2008](#)
- [February 2008](#)
- [January 2008](#)
- [December 2007](#)
- [November 2007](#)

• Categories

Select Category



• The Geek Webring




• Visiteurs

Twitter Widget Twitter visitors



Olivier Zara
Followers: 664
[Follow](#)



Your name here!
Add your Twitter profile



Olivier Zara
Tweet | 664




Jean-Jacques Brun
Tweet | 187



Benoit Renoux
Tweet | 293



Women's Forum
Tweet | 236



Choblab
Tweet | 135



A Grolleau-Fricard
Tweet | 161



Yasser monkachi

Recent Visitors



Yann A Gourvennec



jmblancherie



Palpitt



negra



impulsion z.0



Alberte Denis



Digimind Competitive



Morgane



mahanen2002



Julien PIERRE



MoiAussi



Jean-Christophe



Micheline B



Chbani Mohammed



Dievochka



Antoine Dupin



iNono



Fanny Zara



evidencesx



Olivier Luisetti

See all 15 members...

Grab This!

MyBlogLog

• Divers

- [Log in](#)
- [Entries RSS](#)
- [Comments RSS](#)
- [WordPress.org](#)

© 2010. Médias Sociaux. All rights reserved. Powered by [WordPress](#) & [SimpleX](#) theme.