



Stéphanie Chaptal

Journaliste

## WEB 2.0

# Ne passez pas à côté des réseaux sociaux

Qu'ils soient spécialisés ou non, les réseaux sociaux se développent à toute vitesse sur le Web. Flexibles, extrêmement réactifs, ces outils peuvent aider les banques. À condition que celles-ci sachent prendre le train en marche.

Facebook, Twitter font régulièrement la une des journaux, soit parce qu'ils sont au cœur d'un nouveau fait divers, soit parce que les médias s'étonnent de leur succès et de la jeunesse de leurs créateurs. Les réseaux sociaux, dont ils sont les plus actifs représentants, ne sont-ils qu'un phénomène de mode ou une véritable lame de fond sur le Web? S'il est difficile de prévoir quels sites auront demain les faveurs des internau-

« La Société générale s'est aventurée sur Twitter avec pas moins de trois comptes, dont deux liés à des événements. »

tes, le côté communautaire et interactif de ces réseaux est en train de révolutionner la façon dont on se sert d'Internet. Mieux vaut ne pas rater le coche et s'y intéresser de près. Au fait en quoi consistent ces réseaux sociaux? Ce sont des sites Web – qui peuvent également, pour certains, se consulter via des applications indépendantes d'un navigateur – qui

fournissent un certain nombre d'outils (établissement d'un profil, messagerie interne, mur de discussion publique, service de chat) pour que leurs visiteurs puissent dialoguer et tisser des liens entre eux autour d'une thématique commune plus ou moins importante.

## LES BANQUES TRADITIONNELLES Y VIENNENT

« A priori, les banques ne font pas forcément bon ménage avec les réseaux sociaux », prévient Philippe Pinault, PDG de BlogSpirit, un éditeur de plateforme logicielles pour gérer des réseaux sociaux intra-entrepri-

ses. « Le monde de l'argent reste très personnel et assez éloigné du partage au cœur des réseaux sociaux. » Si, étonnamment, les banques n'ayant que des activités en ligne contactée par nos soins tendent à confirmer cette hypothèse en affirmant n'avoir aucune activité dans ce secteur, les banques traditionnelles y viennent prudemment. Ainsi, à la Société Générale, c'est la direction des ressources humaines qui expérimente ces nouveaux outils, et pas uniquement pour piocher des CV sur les sites spécialisés comme LinkedIn ou Viadeo (voir tableau). L'expérimentation a commencé au premier trimestre 2009 avec la mise en place d'un

The screenshot shows the Viadeo website interface. At the top, there's a search bar and navigation links like 'Accueil', 'Recherche', 'Jobs & Formations', 'Mon profil', 'Contacts', 'Groupes', 'Experts', 'Evénements', 'Annonces', and 'Club Premium'. Below that, there's a 'Hubs' section with a search bar and a list of hubs. The main content area displays a hub titled 'Créateurs, repreneurs : une banque soutient votre audace d'entreprendre' with 203 members. It includes a description, a list of experts (Michel Verhac, Thierry Bouvard, Lydie Pasquet, Olivier ROBERT, Sylvie Hat - Tave), and a list of articles such as 'Préparer son projet' and 'Comment vous faire accompagner?'. There are also sections for 'Les 5 derniers membres' and 'Forum de discussion'.

La campagne Blanche-Neige des Banques Populaires a marqué en 2008 les débuts de l'institution sur les réseaux sociaux. En construisant un hub autour de la création d'entreprise sur Viadeo, le groupe reste dans un discours très professionnel, mais instaure un dialogue avec un segment de clients potentiels friands d'information.

réseau interne, Sharing, dédié aux ressources humaines. Ce réseau se compose d'un annuaire enrichi des collaborateurs, d'ateliers de travail collaboratifs et de groupement par communautés selon trois critères : localisation géographique, projets ou domaine d'expertise. Depuis novembre, ce réseau a quitté la phase de test pour être déployé dans toutes les filiales du groupe. Depuis, la Société générale s'est aventurée sur Twitter avec pas moins de trois comptes, dont deux liés à des événements (l'un dédié au partenariat avec le master féminin de golf Evian et l'autre lié à un site dédié sur le handicap et l'emploi). Le compte principal, @CareersSocGen, est lui dédié aux problématiques de recrutement. « Notre but est triple. D'abord aider les candidats dans leurs recherches d'emploi, et pas uniquement au sein de la Société Générale, ensuite valoriser notre enseigne comme employeur potentiel et enfin pour faire de la veille technologique », précise Franck La Pinta, responsable marketing de la marque employeur chez Société Générale. Ces comptes, créés en juin dernier, sont gérés par deux personnes à temps partiel.

## ENTRER EN CONTACT AVEC DIFFÉRENTS CLIENTS

Aux Banques Populaires, l'utilisation des réseaux sociaux s'est lancée pour dynamiser l'image du groupe et, selon Chantal Petrachi, directeur de la communication Banques Populaire chez BPCE « entrer en contact direct avec différents segments de clientèle ». L'histoire commence en 2008 avec la création du premier hub (NLDR : nom des mini-communautés sur ce réseau) de marque sur Viadeo autour de la création d'entreprise. Ce hub alimenté durant trois mois, de septembre à décembre 2009, permettait l'instauration de dialogue (via un forum et un chat) et de tester en direct la maturité du projet (avec un lien possible vers un chargé de clientèle si le projet semblait viable). En 2009, c'est Youtube qui sert de réseau principal. « Nous visons les jeunes qui ne viennent pas spontanément sur le site d'une banque. Nous allons là où ils sont avec Youtube et avec l'achat de publicité sur Facebook », explique Chantal Petrachi. Ce coup-ci, il s'agit de prolonger la campagne TV « Petit Poucet » et de la rendre populaire auprès de son public



Pour leur campagne récente « Petit Poucet », les Banques Populaires ont réalisé deux clips publicitaires, l'un prévu pour une diffusion télévisée et l'autre, un peu plus sarcastique, prévu pour le Web et les réseaux sociaux. Avec plus de 240 000 visiteurs en une semaine, ce clip a même été à sa sortie le plus populaire en catégorie Divertissement sur Youtube.

cible en jouant sur la « viralité » des vidéos qui circulent d'utilisateurs en utilisateurs via les sites de partage de vidéo, les réseaux sociaux ou le courrier électronique.

## DU BON USAGE DES RÉSEAUX SOCIAUX

Cependant, « il n'y a rien de pire que d'être présent sur un réseau social et de ne rien y faire, de ne pas répondre aux attentes des utilisateurs », affirme Jean-Luc Raymond, consultant-formateur spécialisé dans les médias sociaux et la citoyenneté numérique. « Il faut une présence permanente. » Contrairement à un site Web institutionnel, les réseaux sociaux – et plus particulièrement Twitter – se caractérisent par une grande réactivité des internautes et un dialogue permanent. Quel que soit le but qu'une société recherche en s'installant sur un réseau social (construire une communauté autour de sa marque, promouvoir

ses produits et services, faire de la relation clientèle traditionnelle ou simplement établir une veille concurrentielle), il faut respecter certaines règles. La première est d'observer pendant un temps la communauté présente sur le réseau visé : comment elle communique, quels sont ses codes et ses règles de politesses qui lui sont propres. Ensuite, il faut travailler son image et ne pas hésiter à personnaliser ses réponses, soit en utilisant un nom (du type Jack de chez Dell) pour le dialogue public soit en utilisant la messagerie pour dialoguer en privé avec ses utilisateurs. Enfin, il faut surtout être transparent et ne pas essayer de gommer les critiques constructives, mais y répondre avec le plus de franchise possible. Le Web a une mémoire parfaite et les internautes auront vite fait de retrouver les éléments nécessaires pour mettre en porte-à-faux toute tentative pour éviter les sujets

Les utilisateurs des réseaux sociaux les détournent souvent pour les adapter à leurs propres usages. Ainsi StockTwits est une application dérivée de Twitter utilisée par les traders pour suivre et discuter de l'évolution de leurs cours favoris.

**QUELQUES RÉSEAUX SOCIAUX ET LEURS PUBLICS**

Nom	Adresse	Nombre de membres dans le monde	Population visée	Date de lancement	Mode d'accès
Facebook	<a href="http://www.facebook.com">www.facebook.com</a>	350 millions	À l'origine, les étudiants d'universités américaines. Désormais, tout le monde y vient. En France, le gros de la population à entre 15 et 35 ans, mais les seniors y sont de plus en plus nombreux	2 février 2004	Directement à partir du site Web, mais également à partir d'applications dédiées.
MySpace	<a href="http://www.myspace.com">www.myspace.com</a>	271 millions	À peu près la même population que pour Facebook, mais plus jeune, plus joueuse et avec une forte connotation musicale	août 2003	Directement à partir du site Web, mais également à partir d'applications dédiées
Twitter	<a href="http://www.twitter.com">www.twitter.com</a>	Près de 45 millions	Très variable d'un pays à l'autre. Aux États-Unis, le public est plus vieux et plus professionnel que les réseaux sociaux comme Facebook ou MySpace, au Brésil ce sont au contraire les adolescents qui l'ont adopté. En France, la situation balance entre ces deux extrêmes	2006	Sur le site Web, mais principalement par le biais d'applications dédiées ou dérivées sur son ordinateur ou son téléphone portable.
Viadeo	<a href="http://www.viadeo.com">www.viadeo.com</a>	6 millions	Franco-européenne principalement. Ce site est spécialisé dans les problématiques d'emploi (salariés ou professions libérales).	mai 2004	Sur le Web uniquement
LinkedIn	<a href="http://www.linkedin.com">www.linkedin.com</a>	53 millions	Ce site est spécialisé dans les problématiques d'emploi (salariés ou professions libérales). D'origine anglo-saxonne, il séduit de plus en plus de Français, qu'ils soient candidats à l'expatriation ou non	mai 2003	Directement à partir du site Web, mais également à partir d'applications dédiées
BrazenCareerist	<a href="http://www.brazencareerist.com">www.brazencareerist.com</a>	Aucun chiffre publié, le réseau est trop récent	Ce site est spécialisé dans les problématiques d'emploi (salariés ou professions libérales). Il s'intéresse plus particulièrement aux étudiants et jeunes travailleurs (né entre 1980 et 2000) et mélange réseau social et blogs.	août 2009	Directement à partir du site Web.
Youtube	<a href="http://www.youtube.com">www.youtube.com</a>	L'enregistrement n'est obligatoire que pour mettre des vidéos, les commenter ou créer sa chaîne, la lecture des vidéos est en principe ouverte à tous les internautes	De l'adolescent se filmant à la webcam aux sociétés promouvant leurs artistes ou leurs jeux par ce biais, tout le monde se retrouve dans ce kiosque vidéo mondial	février 2005	Directement à partir du site Web. Certains smartphones proposent une application dédiée pour visionner les vidéos. Possibilité d'intégrer les vidéos dans d'autres sites (sauf si l'auteur désactive l'option)
Dailymotion	<a href="http://www.dailymotion.com">www.dailymotion.com</a>	L'enregistrement n'est obligatoire que pour mettre des vidéos, les commenter ou créer sa chaîne, la lecture des vidéos est en principe ouverte à tous les internautes	Potentiellement la même que celle de Youtube, en plus francophone	15 mars 2005	Directement à partir du site Web. Certains smartphones proposent une application dédiée pour visionner les vidéos. Possibilité d'intégrer les vidéos dans d'autres sites (sauf si l'auteur désactive l'option)
CafeMom	<a href="http://www.cafemom.com">www.cafemom.com</a>	145 millions de pages vues par mois. L'adhésion n'est pas obligatoire.	Les mères et les futures mères, qu'elles soient femmes au foyer, salariés ou « maman-entrepreneuses ».	décembre 2006	Sur le Web uniquement
Xing	<a href="http://www.xing.com">www.xing.com</a>	8 millions	Ce site est spécialisé dans les problématiques d'emploi (salariés ou professions libérales) et les discussions professionnelles. Les entreprises peuvent disposer d'un accès privé, pour installer ainsi un réseau social dans leur société	2003	Directement à partir du site Web, mais également à partir d'applications dédiées

Il se crée chaque jour de nouveaux réseaux sociaux, avec une audience locale, régionale ou mondiale, cette liste est loin d'être exhaustive.