

## Sur les médias sociaux, soyons... sociaux !

**Les médias sociaux sont le reflet de nos comportements, de nos goûts, de nos envies... Ils sont un moyen d'échanger avec nos contacts. Au même titre que dans la "vraie" vie, il convient d'adopter un comportement social.**



Etre ou ne pas être sur les médias sociaux ? Si à titre privé la réponse doit être laissée à la libre appréciation de chacun, la question ne doit plus se poser pour les entreprises. Il me semble évident que l'impact qu'ils peuvent avoir auprès des différents publics rend les médias sociaux incontournables pour les entreprises et les institutions. Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Google+ et les autres sont autant de révélateurs de l'image de l'individu ou de l'entreprise, ce sont des outils de notoriété remarquables. Mais il ne faut jamais oublier que, comme tous les

outils, ils doivent être utilisés avec intelligence... Un marteau sera totalement inutile si on n'en fait pas une bonne utilisation ! Pour être pertinente, efficace et rentable, l'utilisation des médias sociaux doit reposer sur une vraie stratégie pensée et adaptée aux spécificités de l'entreprise et de ses publics. De façon globale, une bonne stratégie de communication via les médias sociaux repose sur trois axes essentiels : la diversification des canaux, la qualité des contenus et la présence active. La stratégie c'est une chose mais le comportement en est une autre qui n'a pas moins d'importance en définitive. Les médias sociaux sont un espace de rencontres, d'échanges, de conversations, de communication... un peu comme dans la "vraie" vie, finalement. Tout ce que nous communiquons par les médias sociaux reflète nos humeurs, nos goûts, nos opinions, nos personnalités. Ne l'oublions jamais, derrière chaque profil d'utilisateur des médias sociaux, derrière chacun de nos followers ou de nos amis, derrière chaque page d'entreprise... il y a un être humain !

Ainsi donc, la relation par les médias sociaux est une relation humaine ! Elle doit donc répondre à certains critères qui régissent les échanges interpersonnels. Le principal étant, sans aucun doute, d'afficher sa véritable personnalité ou la véritable personnalité de l'entreprise. Certains développent une personnalité différente sur les médias sociaux, s'inventent même parfois une personnalité qui ne correspond pas à leur comportement réel. C'est évidemment une erreur totale ! Pour développer des relations humaines harmonieuses, il convient d'adopter certains comportements et d'en bannir d'autres. Il en va de même pour la communication par les médias sociaux puisqu'elle repose, par clavier et écrans interposés, sur des relations humaines. Les comportements de base suivants sont donc le minimum requis pour optimiser sa stratégie de communication par les médias sociaux :

- **la politesse** : c'est une simple question de savoir-vivre qui exprime la reconnaissance de son interlocuteur en tant que personne avec des sentiments et des émotions. Les formules de politesse peuvent aussi s'utiliser sur les médias sociaux, un merci pour un retweet ou un partage n'est jamais superflu;
- **l'empathie** : reconnaître les sentiments et les émotions de ses interlocuteurs est une chose, les comprendre et les intégrer à ses relations en est une autre. Prendre des nouvelles de ses contacts n'est jamais prohibé, un peu de curiosité pour l'activité des autres est aussi une marque d'intérêt;
- **l'humour** : dans beaucoup de cas, l'humour est un ciment de la relation interpersonnelle, il permet de créer un climat détendu et donc peut être un facilitateur de la communication. A utiliser avec parcimonie cependant car tous ne partagent pas le même humour;
- **l'activité** : si l'on décide d'être sur les médias sociaux, la moindre des choses est d'y être actif;
- **la réactivité** : réagir est aussi un comportement essentiel qui témoigne de l'intérêt que l'on porte à ses amis ou ses followers;
- **l'interactivité** : engager des conversations, participer à d'autres, répondre aux questions qui sont posées... c'est aussi un comportement social qui a sa place sur les médias sociaux;
- **l'originalité** : diffuser des contenus innovants et pertinents est aussi une marque de respect, se contenter de faire suivre ce que tout le monde a déjà vu ou reçu est une perte de temps;

- **l'humilité** : éviter toute forme de prétention, d'outrecuidance, est nécessaire, les médias sociaux sont un lieu d'échanges horizontaux. Il faut aussi pouvoir accepter les critiques lorsqu'elles se veulent constructives.

Cette base minimale - associée à une stratégie pertinente - est une clé de la réussite de la communication par les médias sociaux, l'appliquer ne demande aucune formation ou effort démesuré mais simplement le respect de principes fondamentaux de l'éducation, un comportement... social somme toute !

**Olivier Moch**  
© **Communication**, février 2012

