



L'actualité des relations publiques analysée par un spécialiste

Web 2.0: longue vie aux relations publiques!

L'émergence des réseaux sociaux interpelle le monde des relations publiques. Quel est son impact sur notre profession et notre pratique?

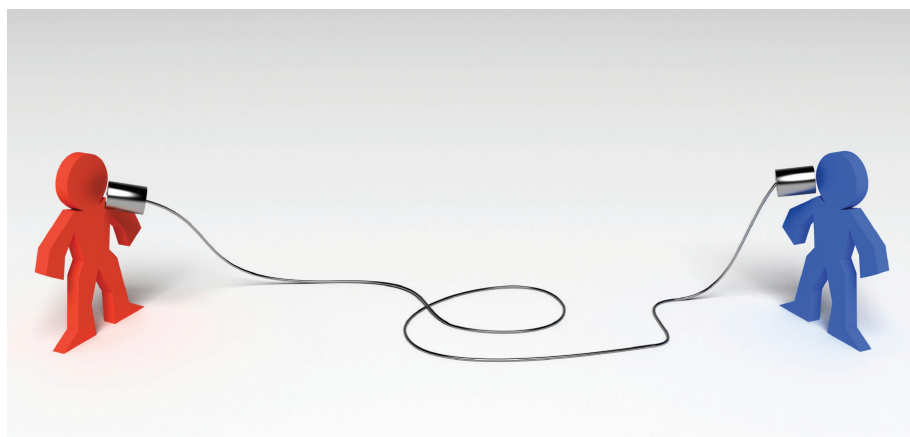
Bienvenue dans le Web 2.0, un univers plus démocratique, authentique, engageant et engagé. Bienvenue dans le monde des conversations vivantes de l'action.

Les modèles de communication sont chambardés, en raison de la grande crédibilité de la communication horizontale, de pair à pair, du bouche à oreille... maintenant en temps réel. Le contenu et le message sont encore importants, car ils augmentent la notoriété, renforcent l'image de marque et alimentent les conversations. Mais les conversations, elles, bâtissent des relations, l'essence même des relations publiques.

Les sources d'information qui animent ces conversations sont éclatées. Elles ne proviennent plus seulement des sources habituelles. La source d'information la plus crédible aujourd'hui est « une personne comme moi », bien plus crédible que le chef de la direction d'une entreprise, par exemple. La source la plus digne de confiance est celle qui partage des intérêts communs avec moi. J'assisterai volontiers à un événement convoqué sur Facebook pour rencontrer des personnes comme moi, qui ont un intérêt commun pour un hobby, un service, ou encore un point de vue similaire sur une action sociale ou politique.

Le contenu n'est plus roi, il est accessoire et permet de se joindre à la conversation. Ce qui caractérise les réseaux sociaux est le fait que la conversation peut très bien être initiée autant par votre voisin que par un inconnu au Sri Lanka.

Un exemple éloquent de cela: le blogueur vidéo James Kotecki (Jameskotecki.com), jeune critique politique qui a lancé un Vlog de son salon sur la campagne présidentielle américaine de 2008. À ce jour, au moins cinq candidats y ont participé, deux ont même visité Kotecki (tapez Ron Paul + Kotecki sur



Youtube.com). Tout cela venant d'un simple citoyen, vous imaginez!

Ce ne sont plus les réseaux traditionnels, on en convient. Est-ce que cela facilite notre travail? Cela le rend plus efficace sûrement, et le citoyen et le consommateur branchés au Web 2.0 s'y retrouvent très facilement!

Les réseaux sociaux ont donc créé une nouvelle source d'influence, vous, comme le magazine *Time* l'a reconnu en 2006 en choisissant comme personnalité de l'année: vous. Le public, au-delà des interactions simples, est devenu créateur de contenu, de conversations.

« Les réseaux sociaux ont créé une nouvelle source d'influence: vous! »

Pour le monde des relations publiques, notre travail de conseil stratégique, en amont, ne change pas. Notre objectif est toujours d'établir des relations mutuellement avantageuses entre l'organisation et ceux qui l'entourent. Cependant, l'engagement des parties

prenantes dès les premiers instants permet de codévelopper en interaction des idées, des produits et services, et même des marques.

Nous vivons une période fantastique, remplie de possibilités pour notre profession, encore plus fertile que lors de l'arrivée de la télévision. Notre rôle à la grande table des communications est grandissant, car nul n'est mieux outillé que nous, professionnels des relations publiques, pour trouver « la grande idée » et enrichir les conversations, leur donner un nouveau souffle.

Ce qu'il faut donc retenir: les messages bâtissent la notoriété et les marques, mais les conversations bâtissent les relations. L'époque du *pitch* et du *spin* est révolue, il est grand temps de participer et de converser, car votre auditoire, lui, parle de vous et de ce qui vous intéresse... Êtes-vous à l'écoute? ●

SYLVAIN PERRON EST VICE-PRÉSIDENT (CANADA) DES SERVICES INTERACTIFS EDELMAN