Une ressource publiée sur tmnlab.com

Restitution #TMNlab02 : Coordonner le travail de la communication et des relations publiques pour faire se déplacer des communautés virtuelles ?

Posted on 5 juin 2014 by Constance Pascal

Restitution des 40 minutes de réflexion autour du thème « Community management et territoire : comment coordonner le travail de la communication et des relations publiques pour fédérer et déplacer des communautés URL* sur des événements IRL* ? » du groupe composé de Cyril Duchêne, Dorothée Durillon, Grégoire Lefebvre et Constance Pascal lors de la seconde rencontre TMNlab organisée à Paris le mardi 16 avril 2014.

Les participants :
– Cyril Duchêne / Directeur de la communication, du développement et des relations avec les publics / Centre National de la Danse (93)
– Dorothée Durillon / Directrice de la communication / Centre National du Théâtre (75)
– Grégoire Lefebvre / Directeur / l'Avant Seine (92)
– Constance Pascal / Chargée de communication / Théâtre Jean Arp (92)

Deux problématiques découlent de cette question :
1. La problématique RH de la coordination des pôles RP et COM
2. La problématique des communautés et de leur déplacement

1. Les relations publiques et la communication ont-elles les mêmes objectifs ?

La communication a pour objectif d'être garant et promoteur de l'image globale de la structure culturelle, de susciter l'intérêt, d'informer le public sur le projet du lieu et sur les événements qui s'y déroulent.
Les Relations Publiques gèrent la relation avec les publics – clients (base CRM – Customer Relationship Management) et se sont toujours données pour mission de faire venir les publics et pour se faire de trouver des relais pour les développer.

D'un autre point de vue, la communication peut être considérée comme un secteur des RP. La gestion des plateformes des réseaux sociaux par le service de communication engendre un questionnement sur les objectifs en présence.

Dans un même objectif affiché de fidélisation et de développement des publics, ces deux pôles peuvent se rejoindre, et se réunir régulièrement pour organiser ensemble leur travail.

2. Y a t-il une ou des communautés ?

Si nous prenons les réseaux sociaux Twitter et Facebook comme exemple, on peut distinguer schématiquement dans ces communautés un public dit « grand public » et un public « pro », c'est à dire les programmateurs, la presse, les institutionnels… Or, si nous adressons un discours « commercial » à ces derniers, le message ne sera pas adapté. À l'inverse certaines publications avec un contenu orienté « pro » pourrait désintéresser le « grand public ».
Voir si l'on procède donc à un découpage et orienter un réseau social vers un type spécifique de public, ou bien adresser à tous le même contenu ?

Nous remarquons que l'objectif de la communication via les réseaux sociaux se centre davantage sur la fidélisation que sur le développement des publics, même si certains posts peuvent engendrer des venues au Théâtre.
Or, si la communication web se donne pour objectif de remplir les salles, son message sera « commercial », et le message plus institutionnel à destination des pros sera perdu de vue.
Donc, si la communication et les RP partagent le même objectif de développement des publics, cela ne se ferait-il pas au détriment de l'image du lieu ?

*URL/IRL : terminologie utilisée par les usagers du numérique pour différencier ce qui se passe en ligne (URL) de ce qui se passe sur le terrain (IRL ou In Real Life). Très nombreux sont les événements IRL nés de communautés URL.