

Chronique RP

Marie-Josée Gagnon
relationspubliques@infopresse.com



Retrouvez et commentez la chronique RP sur Infopresse.com

Un métier est né: relations blogueurs

C'est connu, les relations publiques traversent une période très stimulante avec la croissance de l'utilisation des médias sociaux, notamment des blogues. Parmi les répercussions de ces nouvelles pratiques, une toute nouvelle fonction des relations publiques voit le jour, soit ce qu'il est maintenant convenu d'appeler les relations blogueurs.

Qu'il s'agisse de blogues scientifiques, artistiques, gastronomiques ou familiaux, ces nouveaux lieux d'échange médiatiques ont des auteurs et des lecteurs engagés dans une conversation très souvent passionnée. (Évidemment, je fais ici référence à de vrais blogues tenus par de vrais blogueurs et non à de faux blogues avec de faux auteurs, tel qu'il en a déjà existé dans un passé pas très lointain à Montréal.)

Comment fut lancée la nouvelle websérie Les Chroniques d'une mère indigne de Radio-Canada.ca? En présence d'une centaine de mères blogueuses québécoises qui en ont parlé par la suite sur leurs blogues.

Bien qu'elles puissent être semblables au premier coup d'œil, les relations blogueurs sont différentes des relations avec les médias traditionnels. Je crois toutefois que cette situation est temporaire et que les différences s'atténueront avec le temps, en particulier parce que la philosophie 2.0 tend à influencer sur la plupart de nos façons de faire comme aucune autre tendance ne l'a fait auparavant. De plus, au rythme où vont les choses, il n'y aura bientôt plus de journalistes traditionnels: ils deviendront tous des blogueurs, des commentateurs. Et finalement, on ne fera plus de distinction.

DES CONDITIONS AU SUCCÈS

En attendant d'arriver à ce modèle du futur, pour réussir en relations blogueurs, en 2009, il y a certaines conditions. Il est en effet recommandé de :

Prendre soi-même part à la blogosphère, en ayant idéalement un blogue ou au moins en lisant des blogues et en les commentant.



La nouvelle websérie *Les Chroniques d'une mère indigne*, lancée en présence d'une centaine de mères blogueuses.

Bien connaître les blogueurs. Il faut les lire, les suivre (sur Twitter) et discuter avec eux. Il faut connaître leurs passions, leurs goûts, leurs opinions, des informations qui seront toutes pertinentes dans les futures conversations avec eux.

Il faut aussi penser «relations personnalisées» marquées, notamment, par le respect, la transparence, l'entraide et l'information. L'intérêt personnel est secondaire.

«C'est le blogueur qui décide: s'il ne manifeste pas d'intérêt après qu'on l'a contacté, il est inutile de le relancer.»

Quelques principes utiles

Une fois ces impératifs intégrés, vous pouvez vous lancer. Au départ, il faut garder en tête que la qualité prime la quantité. Cibler un petit nombre de blogueurs en s'assurant de leur influence, de leur crédibilité et de leur portée est une des clés. Avec chacun, il est primordial de communiquer personnellement, les envois groupés sont évidemment à proscrire. Renseignez-vous également sur

la manière dont le blogueur souhaite être contacté avant d'aborder votre sujet. La différence entre un blogue et un média de masse est la même qu'entre une maison privée et un commerce. On appelle avant de rendre visite, on s'annonce, et on le fait à chaque visite. D'ailleurs, c'est le blogueur qui décide: s'il ne manifeste pas d'intérêt après qu'on l'a contacté, il est inutile de le relancer. Quand le dialogue est instauré, nous devons, nous aussi, faire preuve d'enthousiasme, nous impliquer et être prêts à dire pourquoi le sujet nous touche. Une dernière chose sur l'étiquette en relations blogueurs: ne jamais rien tenir pour acquis, même si un blogueur publie quelque chose. Cela ne signifie pas que vous pouvez échapper aux étapes et aux principes ci-dessus mentionnés: une relation solide prend du temps à se bâtir.

Ce nouveau «métier» en est à ses balbutiements. Le voir évoluer au cours des prochains mois et des prochaines années sera très intéressant. ●

MARIE-JOSÉE GAGNON EST PRÉSIDENTE ET FONDATRICE DE CASACOM