

Inovallée se met aux réseaux sociaux

À l'heure du web 2.0 et des technologies centrées sur les utilisateurs et leurs usages, les médias sociaux deviennent incontournables pour les entreprises. Adoptés depuis quelques années par les nouvelles générations pour échanger leurs données personnelles, les réseaux comme Facebook intéressent de plus en plus les services marketing et communication, qui voient dans ces nouveaux média un fabuleux moyen de faire du "buzz". Si les grandes marques ont déjà saisi cette opportunité de partage exponentiel, les PME en sont encore à se demander pourquoi et comment ajouter les médias sociaux à leur arc.

En un simple clic, toucher des millions d'internautes

C'est pourquoi Inovallée, soucieuse de donner à ses 320 entreprises les moyens de maintenir leur compétitivité en restant à la pointe des technologies, organisait le



Grands groupes et PME d'Inovallée ont montré les mêmes interrogations sur l'utilisation professionnelle des médias sociaux.

16 septembre un atelier très suivi sur l'utilisation professionnelle des médias sociaux. « En s'alliant aux blogueurs les plus influents, les grandes marques ont désormais la possibilité en un simple clic de toucher des milliers d'internautes », souligne l'un des participants.

Cette matinée d'information était animée par Florence Hardouin, consultante en technologies de l'information et de la communication (Tic) au sein de l'Espace numérique Isère, une association loi 1901 qui a pour objectif d'accompagner gratui-

tement les entreprises iséroises en matière de Tic.

L'atelier a suscité des vocations... mais a donné le vertige

Une vingtaine d'entreprises, toutes tailles confondues (depuis les grands groupes comme Sogeti, la Banque Populaire des Alpes et Oracle jusqu'aux TPE comme Cotranet ou 24-7), a ainsi découvert avec autant d'intérêt que de participation active les différentes facettes des médias sociaux.

Lesquels choisir, pourquoi, comment les adresser, quels sont les pièges à éviter, quels bénéfices en espérer... sont autant de questions qui ont été balayées dans une demi-journée bien remplie. D'informations générales en conseils pratiques, cet atelier a suscité des vocations... mais donné le vertige.

« Ces nouveaux outils ouvrent des perspectives infinies qu'on a tous envie de saisir », note Annie Soufi, directrice d'Inovallée. « Nous venons d'ailleurs de créer une page Inovallée sur Face-

book et Twitter, et d'ajouter un système de partage automatique sur notre newsletter. Pour autant, face au nombre de médias, de communautés et d'informations, animer son espace professionnel n'est-il pas en train de devenir un travail à plein-temps ? » La réponse est oui, et ce métier porte même un nom, "community manager".

En tout cas, la première pierre est posée et tous les participants sont repartis des idées pleines la tête pour explorer l'espace infini du web 2.0. □