

Marie-Pierre Charpentier (Comm'Alliances)



Bien-être au travail

Marie-Pierre Charpentier est consultante-formatrice en Communication Web et réseaux sociaux. Elle est passionnée par les ressources humaines et le développement personnel, et s'adresse aux coachs, consultants, indépendants et aux cabinets de recrutement. Mais le cheminement fut long pour cette ancienne assistante de direction passée par le cabinet d'audit et de conseil Ernst & Young et les Travaux Publics auprès d'un Directeur Financier. Trouvant qu'elle s'enlisait dans son parcours professionnel au début des années 2010, elle s'est intéressée au marketing internet et aux réseaux sociaux, en passe d'exploser.

Un repositionnement professionnel et un farouche désir d'autonomie l'ont graduellement amenée à créer Comm'alliances (www.commalliances.com) pour accompa-

gner les dirigeants de TPE/PME, les indépendants et les entrepreneurs à élaborer leur positionnement sur les réseaux sociaux. Accompagnée par une équipe de web-marketeurs, Marie-Pierre a démarré sur le web en créant un blog dédié au développement personnel et au bien-être au travail⁴¹. Le développement de son blog lui a fait découvrir l'univers du web et des réseaux sociaux.

Marie-Pierre draine désormais une centaine de visiteurs quotidiens. Elle écrit dans un style clair et sans jargon tout en apportant une touche personnelle et beaucoup d'empathie. Résolument pratique, elle fait en sorte que ses internautes terminent leur lecture en ayant appris quelque chose : un exercice à faire, une technique du type « 7 bonnes pratiques pour changer de job », une feuille de route sur un sujet donné... Son instinct ne l'a pas trompée puisqu'il n'existe selon elle aucun blog similaire.

Elle a beaucoup appris sur le tas, notamment pour les outils : elle se sert de Scoop.It pour sa veille et de Hootsuite pour basculer automatiquement l'information sous forme de posts sur des réseaux sociaux sélectionnés (Facebook, Twitter, LinkedIn) car « on ne s'adresse pas de la même façon à ses internautes selon le canal choisi ». Sur Twitter, Marie-Pierre est positionnée comme consultante-formatrice en réseaux sociaux passionnée par les RH. Très suivie par les Community Managers, elle a créé des listes et alimente un flux d'articles en continu.

Elle se discipline pour ne faire de la veille qu'en fin de journée (environ 1 heure) et ne pas trop se disperser. Pour elle, « Les ¾ d'une activité en indépendant se font par réseau. Je dois être constamment en lien avec des gens qui peuvent être mes ambassadeurs, qui connaissent bien mon positionnement et peuvent en parler autour d'eux. Ma newsletter me permet aussi de rester présent dans l'univers de mes prospects et de mes connaissances ».

Les réseaux sociaux offrent beaucoup de possibilités pour développer sa notoriété. Mais il faut avant tout définir une stratégie de communication et établir une relation de confiance avec ses fans ou ses followers avant de leur proposer ses services ou ses produits. Il faut éviter de faire de l'autopromotion, trouver le bon cadencement et proposer à sa communauté du contenu à valeur ajoutée. À ceux qui prétendent que les réseaux sociaux sont une mode, Marie-Pierre rétorque qu'il ne faut pas se priver

⁴¹ Le blog de Marie-Pierre Charpentier « Bien-être au travail » : <http://blog-santeautravail.com/>

AVANT DE SE LANCER DANS L'ENTREPRENEURIAT

d'informations concurrentielles sur un marché, un métier ou une activité. Or, les TPE/PME et les indépendants en sont relativement absents. Sans doute n'ont-ils pas encore saisi l'intérêt d'y être ou peut-être n'y ont-ils pas été encore sensibilisés ?

Cependant, il est important de ne pas se disperser sur plusieurs canaux. Mieux vaut se consacrer à 2 ou 3 canaux de communication. Selon elle, il existe 5 erreurs à ne pas faire :

- Communiquer seulement sur son activité,
- Omettre la mise en place d'outils de veille,
- Oublier d'intégrer les réseaux sociaux dans une stratégie plus vaste de communication marketing/commerciale,
- Se passer de liens réciproques,
- Être impatient.

«Les réseaux sociaux, c'est comme un jardin : il faut planter puis récolter patiemment au bout de quelque temps. Sur Facebook, par exemple, à peine 5% des fans suivent régulièrement les activités d'une marque ou d'une personne. Moins de 5% de 200 personnes, cela ne fait pas beaucoup de matière pour envisager une stratégie cohérente. Il faut s'intéresser à son public, créer des liens, remercier, chouchouter ses «followers» c'est la clé !».

Adeptes de la méditation, Marie-Pierre a appris depuis qu'elle travaille en indépendante que le mental et la patience font la différence. À l'instar des sportifs de haut niveau !