

Itw #17

« Être présent sur les médias sociaux n'est pas suffisant, il faut également mettre en œuvre une stratégie »

Loïc Gonsolin ([@LoicGonsolin](#)), responsable médias sociaux du Parti libéral du Québec ([@liberalquebec](#)), a accepté de répondre en 140 caractères aux questions du **Cercle des communicants francophones**.

Pourquoi le Parti libéral est-il très présent sur les médias sociaux ?

Loïc Gonsolin (LG) : Nous y sommes pour écouter les Québécois, pour interagir avec eux, et pour les informer des actions de notre gouvernement.



À quoi servent les médias sociaux hors périodes électorales ?

(LG) : Outre ce que j'ai mentionné à la question précédente, ils servent de leviers pour rendre virales les actions et activités du parti.

... et lors des campagnes électorales ?

(LG) : En campagne, les médias sociaux servent à mobiliser les libéraux et à faire sortir le vote, mais aussi à expliquer notre programme.

Quelques chiffres de la présence de votre parti sur les médias sociaux ?

(LG) : Notre communauté est composée de 37 600 abonnés sur Facebook et de près de 30 000 Twittos.

Quelle courbe de progression ?

(LG) : Notre progression sur les deux dernières années frôle les 100 % (tant en termes de nombre d'abonnés que de portée et d'engagement).

Quels sont les outils qui marchent le mieux ?

(LG) : Facebook et Twitter sont les médias sociaux sur lesquels sont concentrés nos efforts. Nous avons aussi une chaîne [YouTube](#) et une [infolettre](#).

Pour votre parti, Twitter c'est...

(LG) : Un moyen de rejoindre les influenceurs et de communiquer en direct, avec et pour nos membres, lors d'événements.

Et Facebook ?

(LG) : Une plateforme de communication hors pair.

Et Instagram ?

(LG) : Une vitrine que nous devons rafraîchir dans les prochains mois.

Et Snapchat ?

(LG) : Un média social que nous ne sommes pas prêts d'exploiter...

Et les autres outils ?

(LG) : YouTube nous permet de diffuser nos événements ; notre infolettre de diffuser et d'expliquer nos politiques.

Quels sont les contenus les plus performants ?

(LG) : La vidéo et les infographies sont incontournables, mais ce sont aussi des contenus qui prennent énormément de temps à produire.

Un exemple de contenu original ?

(LG) : Une infolettre filmée pour encourager l'inscription tout en ayant la portée d'une vidéo native sur Facebook → <https://www.facebook.com/LiberalQuebec/videos/987022837997342/>

... un autre exemple ?

Une annonce gouvernementale mise en avant à l'aide du carrousel de Facebook → <https://www.facebook.com/LiberalQuebec/posts/1100712693295022>

... et un dernier ?

Un visuel d'encouragement de l'équipe de hockey de Montréal (qui porte les mêmes couleurs que nous, le bleu, le blanc et le rouge) →

<https://www.facebook.com/LiberalQuebec/photos/a.162207433812224.32248.158881997478101/946955092004117/?type=3&permPage=1>

Pour vous les contenus de demain, c'est quoi ?

(LG) : Du contenu plus humain venant des politiciens et moins de communiqués de presse. C'est à mon avis notre plus grand défi.

Derrière ces outils et ces contenus, y a-t-il une stratégie ?

(LG) : Absolument. Avoir une stratégie est essentiel pour passer à la vitesse supérieure en termes de progression. Il ne suffit pas d'être présent.

Est-ce également une nouvelle façon de faire de la politique ?

(LG) : Absolument. Il y a par contre encore énormément de travail (pédagogie) à faire pour que les médias sociaux soient utilisés à leur plein potentiel.

Quel est le rôle d'un responsable des médias sociaux dans un parti ?

(LG) : Analyse, stratégie, veille. Par contre, il faut savoir que personne au PLQ ne consacre 100% de son temps aux médias sociaux (malheureusement).

Ce rôle est-il clairement défini ou a-t-il besoin d'un cadre ?

(LG) : Nous avons pris le temps de bien le définir.

Avez-vous une équipe ?

(LG) : Oui nous sommes une petite équipe de 4 personnes.


Vous êtes-vous déjà inspiré des actions de communication d'autres partis francophones?

(LG) : Pas à mon souvenir.

Comment envisagez-vous la communication politique de demain sur les médias sociaux?

(LG) : Des communications plus personnelles et humaines, moins protocolaires, et gérées par des spécialistes des médias sociaux.

Interview réalisée par Damien ARNAUD ([@laCOMenchantier](#)) en février 2016

 The logo is a circular emblem with a dark red background. Inside the circle, the text "Cercle des Communicants Francophones" is written in white, with "Cercle des" on the top line, "Communicants" on the second line, and "Francophones" on the third line. A thin white horizontal line is positioned below the text.	<p>Le Cercle vise à faire progresser la #ComPublique et la #ComPol dans le monde francophone. C'est un espace de dialogue, de partage d'expériences et de valorisation de tous.</p> <p>LinkedIn > Cercle des communicants francophones Twitter > @leCCF Facebook > Cercledescommunicants</p>
---	---