

**Aude Bertschy : « Les réseaux sociaux, indispensables pour communiquer auprès des étudiants. »**

*Aude Bertschy, community manager de l'Université de Toulon, également responsable du Pôle usages numériques de l'établissement, nous explique l'utilisation que l'université a des réseaux sociaux.*

**Sur quels réseaux sociaux êtes-vous présents ?**

Les réseaux sociaux que nous utilisons le plus sont Facebook et Twitter. Ce ne sont pas les mêmes outils mais ce sont nos deux réseaux les plus importants. Nous sommes également sur Youtube, Flickr et Google +. Sur les réseaux professionnels, nous sommes sur LinkedIn, indispensable à mon avis.

**Combien de temps consacrez-vous aux réseaux sociaux par jour ?**

Nous essayons d'avoir une certaine réactivité, cela va dépendre de l'actualité de l'établissement. Nous consacrons en moyenne une demi-heure chaque jour aux réseaux sociaux. Par exemple, pour *la Semaine de L'Université*, nous avons beaucoup utilisé Facebook pour relayer l'information car nous avons orienté la page vers la vie étudiante.

**Qui ciblez-vous en priorité ?**

Nous ciblons en priorité les étudiants de l'Université mais également les lycéens, futurs étudiants. Ils sont, en effet, nombreux sur les réseaux sociaux de l'établissement au moment des inscriptions, en fin d'année.

**Quelle est votre ligne éditoriale pour chaque réseau social ?**

Sur Facebook, le contenu est plutôt orienté vie étudiante avec beaucoup de visuels, de photos ou de vidéos. En ce qui concerne les vidéos, elles sont réalisées soit en interne, soit par le service communication de l'Université. Sur Twitter, la ligne éditoriale est plus large. Le compte s'adresse aux étudiants mais aussi aux chercheurs. Nous ciblons également les partenaires locaux de la région.

**Quels sont vos objectifs en termes de présence en ligne ?**

Notre objectif est d'augmenter le nombre d'abonnés présents sur nos réseaux sociaux. Nous voulons arriver à toucher plus d'étudiants. En effet, c'est une cible difficile à atteindre par les moyens de communication classiques. La communication par mail ou par affichage fonctionne très moyennement. Les réseaux sociaux nous permettent de faire passer des messages d'une manière différente. Les réseaux sociaux nous permettent de communiquer d'une façon moins institutionnelle.

**Mettez-vous en place des actions pour conquérir de nouveaux fans ?**

Nous sommes en plein projet de refonte du site de l'Université. Le nouveau site doit sortir début 2014. Les réseaux sociaux seront plus mis en avant qu'aujourd'hui. Lorsque nous avons mis place les réseaux sociaux, nous n'avons pas fait d'actions dessus. Désormais, nous

mettons les liens vers nos réseaux sociaux dans toutes nos diffusions mail et dans toutes nos campagnes de communication.

### **Les réseaux sociaux occupent-ils une place importante au sein de cette Université ?**

Aujourd'hui, les réseaux sociaux sont indispensables pour communiquer auprès des étudiants. Au départ, ce n'était pas évident de comprendre ces réseaux sociaux. Désormais, ils sont ancrés dans la communication globale de l'Université. Ne pas communiquer sur les réseaux sociaux aujourd'hui est pour moi une erreur.

### **Quelles améliorations voulez-vous apporter à votre présence en ligne ?**

Dans le futur, notre objectif est d'avoir plus d'interaction avec les étudiants sur les réseaux sociaux par le biais de concours en ligne et de sondages que nous n'avons pas le temps de mettre en place aujourd'hui. Nous voulons plus dialoguer avec les étudiants via ces réseaux sociaux. On aimerait également évoluer vers la communication avec nos enseignants car ils ont aussi des comptes sur les réseaux sociaux et cela permettrait de valoriser leur travail.

### **Pensez-vous vous développer sur d'autres réseaux sociaux dans l'avenir ?**

Nous voulons être présents sur d'autres réseaux sociaux mais nous n'avons clairement pas le temps. Il n'y a pas une personne chargée de faire du community management, c'est une de mes missions parmi d'autres, cela mériterait plus d'attention. Nous nous développerons peut être sur Pinterest mais il faut voir, on ne va pas choisir un réseau social juste parce qu'il est à la mode. Il faut que l'on prenne le temps de regarder les qualités de ce réseau social dans le détail.