

LES MÉTIERS DE LA CONSO

COMMUNITY MANAGER

en point de vente



Stéphane Liberge, 44 ans.
Community Manager Auchan Montivilliers



Stéphane Liberge est chez Auchan depuis plus de 15 ans, après un début de carrière chez Flunch.

Responsable déco de l'hyper de Montivilliers depuis 2005, il occupe en parallèle les fonctions de community manager de l'hyper qui représentent désormais, selon lui, près de la moitié de son temps !

COMMUNITY MANAGER EN POINT DE VENTE, C'EST QUOI ?

Ici, à Montivilliers, il s'agit d'animer la page Facebook de l'hyper. C'est-à-dire à la fois produire du contenu éditorial mais également interagir avec les clients.

QUEL TYPE DE CONTENU ? COMMERCIAL ? RELATIONNEL ?

De l'expérience que j'en ai, Facebook est avant tout un média relationnel. Bien sûr, il peut y avoir le relais d'offres commerciales mais c'est rare et, honnêtement, les interactions générées sont faibles. En fait, les clients qui suivent la page Facebook sont d'abord friands de posts sur la vie du magasin, sur les équipes (un départ à la retraite, une arrivée, etc.) ou évidemment de jeux. C'est un formidable média local et une approche différente de la relation avec nos clients.

COMBIEN D'ABONNÉS ?

Aujourd'hui 19 000. C'est près de trois fois plus qu'il y a deux ans lorsque, avec la direction de l'hyper, il a été décidé de dédier du temps à l'animation de la page Facebook.

QUELS AUTRES INDICATEURS ?

Parce que Facebook est un média de relation, je regarde de près le temps de réponse. Nous sommes aujourd'hui à... 6 minutes en moyenne. Honnêtement, c'est une fierté parce qu'à ce niveau de réactivité les clients s'en aperçoivent et ça participe du lien entre l'hyper et eux. Au quotidien, je surveille aussi de près les interactions que génèrent les posts. A moins de 3 000 personnes touchées et 50 likes, c'est pas un bon post, je dois en tirer les enseignements pour comprendre le non-succès de la publication.



Auchan Montivilliers
20 avril

Une jeune maman est venue à la pharmacie ce midi et a perdu son téléphone sur le parking. Il y a dessus les toutes premières photos du bébé ... de plus avec le confinement, le papa n'a pas pu assister à l'accouchement 😢 Aidez-nous svp ! Si vous avez vu, récupérez ce téléphone, ... svp, donnez à l'Accueil du magasin 🙏

Performances de votre publication

87 101 Personnes touchées

3 273 Réactions, commentaires et partages

Réaction	Nombre	Sur la publication	Sur les partages
J'aime	333	113	220
J'adore	6	2	4
Wouah	27	16	11
Triste	110	56	54
Grr	4	0	4
Commentaires	310	73	237
Partages	2 483	2 341	142

16 270 Clics sur la publication

Statistique	Nombre	Détails
Affichages de photos	665	1 Clics sur un lien 15 604 Autres clics

COMMENTAIRES NÉGATIFS

57 Masquer la publication **5** Masquer toutes les publications

0 Signaler comme indésirable **0** Je n'aime plus la Page

Les statistiques rapportées peuvent présenter un décalage par rapport à ce qui est affiché sur les publications

LE MEILLEUR POST ?

Le mois dernier. Une jeune maman qui venait d'accoucher quelques jours avant. Elle vient faire des courses dans le centre et perd son téléphone sur le parking, avec les premières photos de son bébé. Imaginez l'émotion... Elle nous contacte pour lancer un appel. Le post a été largement partagé, vu 87 000 fois et, grâce à cette puissance sociale, le téléphone a été retrouvé. Et les photos avec. Merveilleux !



LE POST LE PLUS "PUISSANT" ?

Sans surprise c'était pour un jeu. Les clients adorent ! Même pour des petites dotations, la réaction est toujours forte. Récemment, via un quizz, j'ai fait deviner l'âge du chef de rayon épicerie et il y a avait un lot de biscuits Saint-Michel à gagner. Ça peut paraître faible mais le post a fait 250 000 vues ! C'est la preuve qu'il y a sans doute d'autres actions à mener avec les marques.

UNE CRAINTE ?

Tous les community managers ont la même crainte je pense... Le "bad buzz". Car c'est l'image du magasin et au-delà de l'enseigne, qui est en jeu. C'est aussi l'intérêt de la réactivité dans les réponses. Car ça peut permettre de désamorcer des problèmes...

UNE JOURNÉE-TYPE DE COMMUNITY MANAGER ?

Déjà, c'est suivre la page du magasin pour être toujours prêt à répondre ! Donc, le premier geste du matin, c'est regarder Facebook. Je peux aussi préparer des posts et les programmer. Mais, pour l'essentiel, c'est ce que je vois la journée dans l'hyper, via ma casquette de responsable déco, qui me donne l'inspiration ou les relations avec mes collègues de l'hyper. Dans

tous les cas, je publie 2 ou 3 posts maximum par jour. Au-delà, il y a le risque de lasser nos clients. En parallèle, je regarde aussi les comptes d'autres magasins !

LES COMPTES QUE VOUS SUIVEZ ?

Une quinzaine d'hypers Auchan, une quinzaine de Leclerc et une dizaine de Carrefour. C'est utile pour apprendre de l'expérience des autres.

VOUS UTILISEZ LES FONCTIONS PAYANTES DE FACEBOOK ?

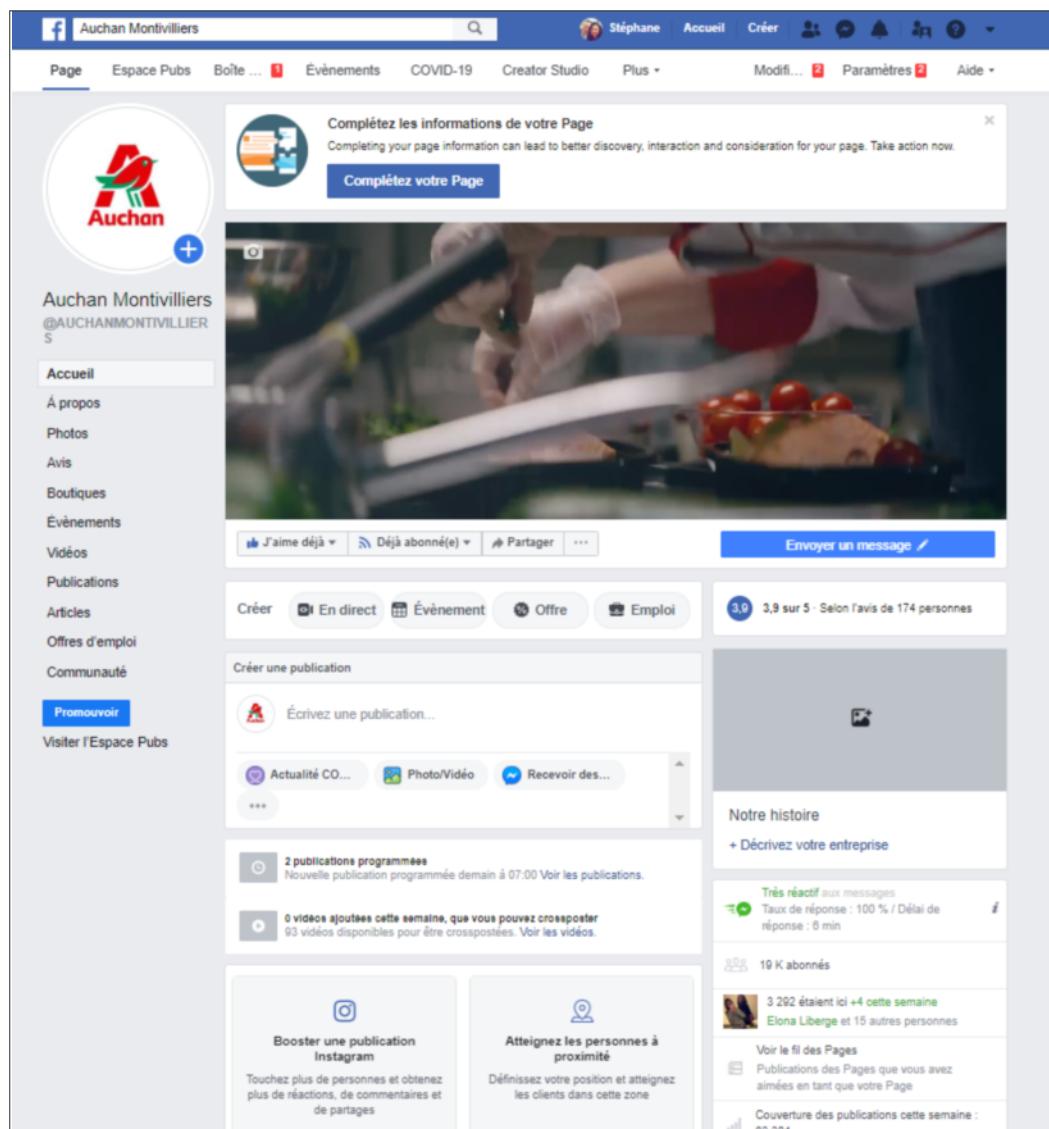
De temps à autre (ça n'est qu'une petite part de nos publications). Essentiellement pour la possibilité de géolocaliser certains messages. Et c'est vraiment redoutable !

AVEC UNE BAGUETTE MAGIQUE, VOUS FERIEZ... ?

Aucune hésitation ! Un jeu avec... une voiture à gagner. J'imagine d'ici les vues et les interactions. Sûr que ça serait du jamais vu !!!

LES MÉTIERS DE LA CONSO

COMMUNITY MANAGER



The screenshot shows the Facebook page for Auchan Montivilliers. The top navigation bar includes links for Page, Espace Pubs, Boite..., Événements, COVID-19, Creator Studio, Plus..., Modif..., Paramètres, and Aide. The main content area features a large image of a person preparing food. A call-to-action box in the top right corner encourages users to "Complétez les informations de votre Page" (Complete your page information). The sidebar on the left contains links for Accueil, À propos, Photos, Avis, Boutiques, Événements, Vidéos, Publications, Articles, Offres d'emploi, Communauté, Promouvoir, and Visiter l'Espace Pubs. The right sidebar displays performance metrics: 3,9 sur 5 (Selon l'avis de 174 personnes), 94 029 personnes touchées, 7 536 réactions, commentaires et partages, and 2 576 j'aime.



The image contains two separate screenshots of Facebook posts from Auchan Montivilliers. The top post, titled "ALERTE JEU", was published on January 28, 2020, and received 7 536 interactions. It features a woman interacting with a Playmobil fire truck display. The bottom post, titled "TENTEZ DE GAGNER", was published on June 19, 2019, and received 10 370 interactions. It features a woman cheering with the text "Allez les bleus!". Both posts include detailed performance reports with metrics like likes, comments, shares, and click-through rates.