

[Gmail](#) [Calendar](#) [Documents](#) [Reader](#) [Web](#) [more ▼](#)

kim.auclair@gmail.com | [Edit profile](#) | [Help](#) | [My Account](#) | [Sign out](#)



Kim Auclair - Buzz - Public

Feb 15 ▼

Pour ce premier "Buzz". J'aimerais savoir ce que vous pensez de la formule du mentorat d'affaires inversé. Le concept est de jumeler un jeune qui a une bonne connaissance des médias sociaux à une personne plus âgée (chef d'entreprise) qui a une connaissance du monde des affaires pour lui permettre de bien se familiariser avec le Web, mieux comprendre les comportements des jeunes sur le Web, etc. Je crois toutefois qu'il serait intéressant de pousser le concept et d'y aller avec réel échange de connaissances, d'expérience, entre les deux individus. Est-ce que ce concept pourrait aider à la relève entrepreneuriale chez les jeunes ? Le mentorat 2.0 ? Les avantages ? Les désavantages ? Votre avis ? [Delete](#)

7 people liked this - [Patrick Grégoire](#), [Claude LaFrenière](#), [Chantal Jura](#) and [4 others](#)

Ève-Catherine Lalonde - C'est une très bonne idée , car ce qui nous manque les jeunes c'est l'expérience dans les entreprises , mais eux ce qu'ils leurs manquent c'est la bases dans les réseaux sociaux ce dans quoi nous on excelle . J'aimerais vraiment participer à ce genre d'expérience et oui ça aiderait la relève et aussi les entreprises a emboiter le pas dans les médias sociaux . Feb 15

Claude LaFrenière - Pourquoi pas? L'important est que la communication soit bonne et cela repose sur des points communs entre le deux. Il doit y avoir un terrain commun tant au point de vue des affaires qu'au point de vue "tech" sinon ça ne marchera pas. Ce n'est pas nécessairement une question de génération amha. Souvent les gens d'affaires ne sont pas au fait des nouvelles technologies et délèguent ces questions à l'interne ou à un consultant. Quant aux "techies" on doit constater qu'il y en a beaucoup qui, en-dehors de leurs spécialité, sont des newbies pour la business... Bref, possible mais sous les conditions mentionnées ci-haut. :) Feb 15

Claude Savoie - Très bonne idée. Je suis déjà mentor de la Fondation de l'entrepreneurship, mais mes mentorés ne s'y connaissent pas en média sociaux. J'aimerais bien être mentor et mentoré avec un jeune entrepreneur qui s'y connaît. Feb 15

Gilbert Nzeka - Le concept est intéressant mais comme tu l'as dit : il faut aller plus loin! Le chef d'entreprise doit pouvoir saisir, au travers de réelles rencontres à intervalles réguliers avec un jeune, l'intérêt des médias sociaux et pourquoi il ne doit plus les déléguer mais les utiliser pour mieux cerner les opportunités qui lui sont offertes avec de tels services. Aider la relève entrepreneuriale? Seulement si le discours qu'aura le jeune avec son mentor (l'un et l'autre étant bien sûr un mentor pour l'autre) est accompagné de faits et exemples que l'on peut recueillir aisément sur le net qu'ils pourront par la suite analyser (la personne âgée pourra transmettre son expérience à ce moment là!). Bon on peut aller encore plus loin, mais le temps que cette idée vienne en France... j'aurais déjà émigré de l'autre côté de l'atlantique! Feb 15

Laurent Brixius - Je pense également que c'est une excellente idée. Mais pourquoi appeler cela du mentorat inversé ? Pour moi, le mentor est une personne qui partage son savoir-faire et son expérience avec un ou plusieurs débutants. Sans distinction d'âge et de hiérarchie. Feb 15

Pierre Fraser - L'idée est bonne. Le seul problème c'est comment arriver à convaincre un entrepreneur dans la quarantaine ou la cinquantaine de se plier à l'exercice. Par expérience, je sais que les entrepreneurs sont souvent froids à l'idée de passer au médias sociaux. Ils pensent que les gens qui utilisent les médias sociaux sont des «blogueux» ou pire encore, qu'ils perdent totalement leur temps sur Facebook ou Twitter.

Mais le fond du problème n'est pas vraiment là. Les médias sociaux ont de la difficulté à pénétrer dans le monde corporatif, car le rendement sur investissement n'est pas sur le court terme. Il ne s'agit plus ici de vendre un produit ou un service, mais d'espérer éventuellement vendre un produit ou un service par un moyen détourné, ce qui est une nuance sémantique majeure.

Le citoyen ordinaire ne veut pas forcément avoir comme ami sa boîte de céréales sur les réseaux sociaux. Les médias sociaux sont avant tout une affaire d'engagement à la fois de la part de l'entrepreneur et du consommateur. Les deux doivent connecter. Comment faire comprendre à un entrepreneur que son rendement sur investissement se calcule sur deux ou trois ans ?

Posez-vous la question suivante ? Est-ce que moi-même je «follow» sur Twitter ou Facebook des entreprises ? Feb 15

Claude LaFrenière - @ Pierre Fraser vous avez écrit: «Le citoyen ordinaire ne veut pas forcément avoir comme ami sa boîte de céréales sur les réseaux sociaux.» hum... mais certains pervers oui! :))) Feb 15

