

Partie 2 : Des leçons pour l'entrepreneur

5.6 De nouveaux métiers

Le développement des communautés et des univers virtuels a favorisé la création de nouveaux métiers « *online* », spécifiques à la gestion de ces environnements connectés. A travers ces métiers nous identifions différents types de profils : chaque personne qui œuvre au développement de la communauté ou de l'univers virtuel remplit une tâche spécifique. Dans ce chapitre, nous allons présenter les facettes de ces nouvelles professions que sont les métiers de *Game master*, d'*Event manager* ou encore de *Community manager* ; autant de libellés qui peuvent susciter des interrogations de la part d'un entrepreneur, et que nous allons donc tenter d'explicitier.

5.6.1 Game master

Le « Game Master » tire ses origines du jeu Tunnels and trolls, sorti en 1975 et édité par la compagnie Flying Buffalo. Il s'agissait d'un jeu de type *Play-by-mail* (littéralement, jouer par l'intermédiaire du courrier) : le joueur contrôlait des armées ou des civilisations et envoyait par écrit ses actions au Game Master, qui faisait ensuite état des évolutions de la situation à l'ensemble des autres joueurs.

Aujourd'hui, le terme de **Game Master** est généralement associé aux jeux de rôle multi joueurs massivement collaboratifs, ou MMORPGs. Dans ce contexte, cette appellation désigne un joueur qui va être chargé d'organiser, d'arbitrer et de faire respecter les règles de cet univers virtuel. Dans l'exercice de ses fonctions, le Game Master va être amené à créer des liens scénaristiques entre les différents personnages du jeu, mais aussi à contrôler des aspects qui touchent indirectement le joueur, comme la création d'environnements sur lesquels il est possible d'interagir.

Le métier de Game Master exige un fort engagement : en plus d'être un joueur dans le monde virtuel concerné, le GM va se voir octroyer de nombreuses responsabilités. Il est ainsi amené à aider les autres joueurs en répondant à des questions sur un sujet spécifique, et explique aux nouveaux venus les règles ou l'histoire du jeu. Plus généralement, **il est chargé de transférer les connaissances explicites aux autres joueurs**. Il est également modérateur, que ce soit sur le canal de discussion du jeu ou sur le forum de la communauté qu'il anime. Il peut enfin exercer des tâches plus spécifiques, qui sont propres au jeu qu'il est amené à gérer.

A titre d'illustration, intéressons nous au simulateur Second Life. Des *Game Masters* sont présents partout sur la mappemonde virtuelle, mais on les trouve plus particulièrement sur l'île d'initiation, où tout néophyte de Second Life est amené à faire ses armes lorsqu'il arrive dans cet univers ; ces Game Masters sont en fait des employés de Linden Lab, la société qui a créé Second Life. Ils sont présents dans le simulateur pour veiller au bon déroulement de l'aventure virtuelle. Ainsi, sur l'île d'initiation, ils répondent aux questions des nouveaux venus (par exemple sur la manière d'effectuer telle ou telle action avec son avatar via les raccourcis clavier). Sur la mappemonde, ils surveillent les activités illicites qui pourraient nuire au bon fonctionnement du simulateur (exemple : des avatars qui utiliseraient des armes à feu dans des lieux où cela est prohibé).

Julien Dahan – <http://www.mes-references.fr>

Travaux réalisés sur les jeux vidéo
Livre "Economie et marketing des mondes virtuels"



Fig.1 – L'avatar de Philip Rosedale (Linden Lab), créateur de Second Life

5.6.2 Event manager

L'**Event Manager** s'occupe de la gestion des différents évènements que souhaite mettre en place une entreprise virtuelle. De la même manière qu'il exercerait cette fonction dans une PME française ou une multinationale, l'Event Manager doit tenir compte des contraintes de temps et de budget pour préparer un évènement. Enfin, lorsque celui-ci est terminé, il doit établir un rapport sur la manière dont il s'est déroulé.

Dans une entreprise française, ces fonctions incomberaient à la personne chargée de la communication et des relations extérieures. En effet, dans son travail quotidien, l'Event Manager est amené à maintenir un contact permanent avec les clients (par exemple pour prendre acte des travaux de maintenance à réaliser, ou encore pour obtenir des autorisations écrites lorsqu'une nouvelle décision doit être prise). Dans Second Life, il va occuper des fonctions similaires, à ceci près qu'il agit dans un environnement virtuel. Interlocuteur privilégié, il promeut non seulement l'entreprise virtuelle concernée, mais il en est également son ambassadeur dans le simulateur. Il est donc amené à **préparer des évènements**, par exemple pour annoncer la sortie d'un nouveau produit. A priori, nous pourrions penser que ce produit n'existe que dans le monde virtuel, mais **nous constatons de plus en plus que les entreprises s'appuient sur Second Life pour tester de nouveaux produits avant leur commercialisation sur le marché mondial** (cf. transfert des droits de propriété intellectuelle pour exploiter les objets fabriqués dans le simulateur sur le marché mondial).

Autre cas : pour l'annonce de la sortie de la Scion XB, le constructeur automobile Toyota a officiellement fait une annonce dans la réalité et dans le simulateur, ou l'équivalent virtuel du véhicule était présenté et disponible à l'achat, en Linden\$.

Un dernier exemple illustratif : l'Event Manager serait chargé de l'organisation d'un colloque dans Second Life, où l'on pourrait imaginer que des chercheurs spécialisés dans un secteur de pointe (par exemple, l'enrichissement de l'uranium, puisque c'est au cœur de notre actualité) se retrouvent sur le simulateur pour confronter leurs théories ou parce qu'un éminent chercheur a été convié lors d'une occasion spéciale.

Dans chacune des situations exposées, l'**Event Manager** est un acteur essentiel au bon déroulement des événements. Il doit être pluri compétent, tantôt porte parole d'une entreprise ou d'une association, tantôt veillant à l'organisation et au bon déroulement d'une réunion virtuelle. Comme dans le monde réel, il doit savoir gérer les situations de crise, et garder la tête froide lorsque de fortes sommes budgétaires sont en jeu (pour un événement d'envergure par exemple). Enfin, l'Event Manager peut également servir d'intermédiaire entre les différentes équipes de travail d'une entreprise *connectée*. C'est par exemple le cas lorsque ces équipes doivent collaborer alors qu'elles sont réparties dans des pays où les cultures sont très différentes. Bon interprète, l'Event Manager doit alors faciliter le dialogue et optimiser le travail entre ces personnes.

5.6.3 Community manager

Le **Community Manager** est responsable du développement des activités au sein de la communauté. Dans ce cadre, il crée et organise des événements, par exemple des tournois entre les joueurs. Il est également chargé de suivre et participer activement au forum de la communauté : il modère les sujets de discussion, enrichit le contenu en créant de nouveaux sujets sur lesquels les joueurs vont débattre, etc. Il recueille également les retours d'expérience des utilisateurs, pour ensuite améliorer le contenu.

Il est responsable des contacts avec la presse, mais aussi de la recherche de partenaires et du suivi des relations. Le Community Manager doit avoir une parfaite maîtrise de l'anglais pour pouvoir gérer des traductions et des adaptations pour le site. La maîtrise d'une seconde voire d'une troisième langue étrangère peut être un atout non négligeable auprès d'un recruteur.

L'animation de la communauté peut également se faire à travers la gestion de Blogs. Ainsi, le site SLObserver (<http://secondworld.wordpress.com/>) est un blog collaboratif fournissant les actualités du simulateur, découvertes et astuces des auteurs.



Fig.2 – Le blog SLObserver.com présente les actualités de Second Life

Au même titre que l'Event Manager, le Community Manager doit être une personne disponible. Il est un support indispensable au joueur qui a besoin d'aide ou de renseignements.

5.6.4 Quel type de profil ?

Le **Game Master** exerce son activité sur une zone géographique délimitée, et encadre des joueurs issus de nationalités diverses. Il travaille en étroite collaboration avec le responsable des relations client; son supérieur hiérarchique est le Game Master senior (ou *Game Master Supervisor*). Comme pour l'**Event Manager**, une excellente maîtrise de l'anglais est nécessaire pour occuper ces fonctions : il doit à la fois être capable de s'exprimer et d'écrire dans cette langue pour communiquer avec les autres joueurs, ou avec les membres de son équipe.

Pour occuper le poste de Game Master, une précédente expérience sur le Web peut être requise, mais l'employeur mesure aussi la motivation du candidat à travers sa connaissance des MMORPGs et des communautés : fréquentation des blogs, forums de discussion, etc. **Le candidat doit avant tout être passionné par le métier** ; il doit être disponible, capable de travailler en équipe et doit pouvoir s'assumer en autonomie lorsque des missions de ce type se présentent.

Parmi les recruteurs, les éditeurs de MMORPGs sont une cible de premier choix pour le candidat qui rêve d'occuper ce poste; ainsi, Blizzard Entertainment, créateur de World of Warcraft, recrute

Julien Dahan – <http://www.mes-references.fr>

Travaux réalisés sur les jeux vidéo
 Livre "Economie et marketing des mondes virtuels"

régulièrement des Game Masters pour son MMORPG. Sur leur site de recrutement¹, ils spécifient alors clairement qu'il est nécessaire d'avoir *de bonnes connaissances sur le jeu*. Concernant le niveau scolaire, un niveau licence (Bac+3) est satisfaisant, dans la mesure où le candidat à une bonne connaissance des outils utilisés pour développer et faire vivre une communauté : forum, canal de discussion etc.

Le **Community Manager** est, au même titre que le **Game Master** ou l'**Event Manager**, un **passionné** : « Webfan », il est bilingue français/anglais et parle idéalement une ou plusieurs autres langues, afin de pouvoir communiquer avec des joueurs de diverses nationalités. La maîtrise d'une langue dite *rare* comme le japonais, le chinois, ou encore le coréen est un atout indéniable sur un CV. Un étudiant de niveau Bac+4 dans le domaine du Marketing, Commerce et Communication, passionné par le Web et le jeu *online* est un profil très convoité par les recruteurs. Il est donc préférable d'être déjà familiarisé avec un MMORPG ainsi qu'aux forums de la communauté qui lui sont rattachés.

Le Community manager doit être une personne créative et elle doit présenter d'excellentes aptitudes au travail en équipe. Une forte capacité relationnelle et une connaissance approfondie des mécanismes du web et de ses communautés sont requises pour appréhender ce type de poste. La rémunération pour un poste de Community Manager est en général attractive. La passion reste un facteur indispensable pour réussir dans son métier : « un job passionnant au sein d'une équipe passionnée », voilà qui pourrait être une bonne définition.

Nous l'avons vu, les nouveaux métiers qui émergent autour des communautés demandent de la disponibilité ainsi qu'une bonne connaissance du web. Plus encore, ce sont des postes qui réclament de la passion pour le MMORPG. Indispensable pour s'attirer les faveurs d'un recruteur, elle est également un vecteur essentiel pour s'épanouir dans ses fonctions.

Il est enfin intéressant de mettre en avant les ressemblances entre les fonctions occupées par un individu au sein d'une communauté ou d'un environnement virtuel, et celles occupées par un employé d'une entreprise au sens classique du terme. En effet, on se rend compte qu'il existe une vraie corrélation entre ces deux types d'activités ; l'objectif reste le même (encadrer des individus), seul le support de communication change.

¹ <http://www.blizzard.co.uk/jobopp>