

"L'entre-soi sur Clubhouse n'est pas une fatalité"

Entrepreneur et créateur de podcast, Dikom Bakang anime depuis quelques mois des rooms sur Clubhouse. Il tente d'imposer le thème de la diversité en essayant d'élargir le public de l'application choyée par les entrepreneurs.

Temps de lecture : minute

18 février 2021

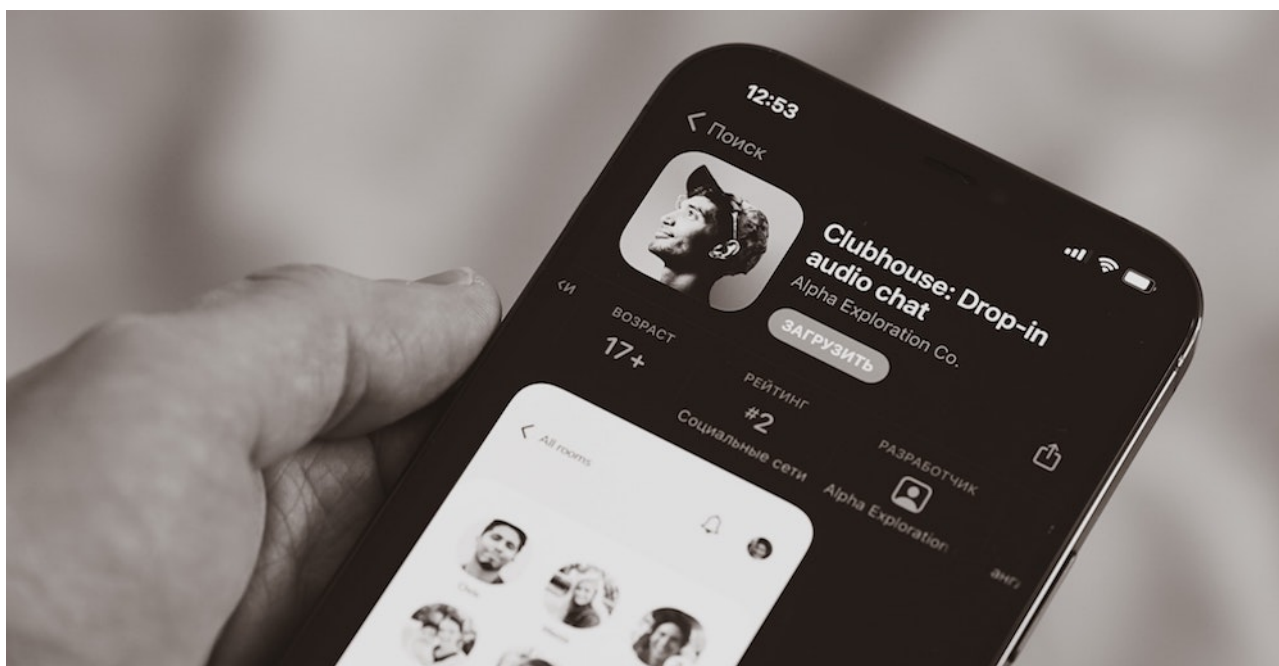
Depuis quelques semaines, Clubhouse est la nouvelle application favorite des entrepreneurs. Malgré son système d'invitation et sa disponibilité limitée aux seuls possesseurs d'un iPhone, qui cultivent l'entre-soi, l'application offre des opportunités pour les marques mais aussi celles et ceux qui rêvent d'en tirer, si ce n'est des euros, des opportunités professionnelles. Dikom Bakang-Tonje, co-fondateur de feu la marque Dear Muëсли, et animateur d'un podcast sur l'entrepreneuriat, tente d'y introduire un peu de diversité. Utilisateur de la première heure en France, il modère aujourd'hui des "rooms" (le nom donné aux endroits pour discuter entre utilisateurs, NDLR) sur Clubhouse et s'est confié à Maddyness sur ce qui l'a attiré dans cette nouvelle plateforme et sa manière de modérer les débats.

Quand est-ce que vous avez commencé à vous intéresser à Clubhouse ?

J'en ai entendu parler en mars 2020 car Gary Vee, un investisseur américain très connu, discutait dans une room avec un rappeur américain qui cherchait à investir dans l'immobilier et le monde des startups, ce qui est très courant aux États-Unis. J'ai tout de suite aimé ce pont fait entre

ces deux mondes. Dès qu'on a eu accès à la plateforme en France, fin novembre 2020, je me suis mis dessus. Avec mon frère, Bakang Bakang-Tonje, on anime déjà un podcast pour les entrepreneurs, c'était évident pour nous d'aller sur Clubhouse. C'est une présence numérique sur une plateforme qui n'est pas encore saturée. Même aux États-Unis, on compte seulement 3 millions d'utilisateurs actifs, ce n'est rien. Comme pour Instagram où 90% des gens passent leur temps à scroller, peu de personnes animent des rooms sur Clubhouse.

Tout le monde peut être son propre héros, on n'a pas forcément besoin d'être bon. Il y aura toujours des créateurs qui proposent un contenu hyper étudié et d'autres qui feront de l'humour et ça marchera, c'est ça qui est magique.



À lire aussi

Clubhouse, la nouvelle app qui séduit les entrepreneurs

Qu'est-ce qui vous a plu dans ce format ?

C'est un peu la continuité de notre podcast mais ce que j'aime vraiment

c'est la diversité qu'on y trouve. L'application a été créée aux États-Unis, pour le monde de la tech au départ mais ça ne marchait pas jusqu'à l'arrivée du mouvement Black Lives Matter. Les communautés afro-américaine et LGBT+ s'en sont emparées pour faire entendre leurs voix et toucher plus de personnes. L'intérêt pour Clubhouse a complètement explosé, toutes les stars afro-américaines et les leaders LGBT+ en ont pris possession. Les rooms afro-américaine et afro francophone sont d'ailleurs parmi les plus actives.

Ensuite, beaucoup d'acteurs de l'écosystème tech sont venus mais pas uniquement. On y trouve désormais beaucoup de personnes issues du monde du divertissement comme des humoristes, des artistes de rue ou même des leaders d'opinion.

En France, Clubhouse a cette image de club très sélect. Comment faites-vous pour introduire de la diversité ?

Au départ, ce sont des acteurs de la tech qui s'en sont emparés et comme l'entrée se fait pas invitation, cela favorise clairement l'entre-soi. On est envahi par des personnes qui travaillent dans la tech et on a un peu l'impression d'avoir un copier-coller de son LinkedIn. Mais ce n'est pas une fatalité, il faut laisser du temps au temps pour que les choses changent. Aux États-Unis, ils ont un an d'avance sur nous : ils ont pu expérimenter des choses.

Avec Anthony Bourbon de Feed, Mehdhi Boudraah de Weeship, Louis Marty de Merci Handy et mon frère, on a décidé de créer une room avec un calendrier établi de débats. Les sujets qu'on lance émanent souvent de discussions qu'on a entre nous. Si on se pose ses questions, alors les entrepreneurs aussi. Au début de la room, je précise les règles et j'explique que chacun a le droit et est invité à s'exprimer et qu'il ne faut

pas pas hésiter à lever la main, que ça nous intéresse d'avoir le point de vue des gens. On ne se positionne pas en expert et avoir ce message positif, ça détend les gens. Pour nous, entre un VC hyper expérimenté et un lycéen, il n'y a pas de différence, chacun doit avoir le droit de donner son opinion, c'est ça qui est génial. Et on répète ce message souvent dans la room pour que les nouvelles personnes qui arrivent soient au courant. C'est hyper important pour l'ego de savoir qu'on peut prendre la parole librement.

Pour apporter de la diversité, c'est à moi, en tant que modérateur, d'aller chercher des profils différents dans les participants. On donne la parole à des gens qu'on ne connaît pas, qui n'ont pas encore monté leur boîte. Ces personnes-là posent parfois des questions bien plus pertinentes que les initiés. C'est à nous de faire cette démarche sinon on contribue seulement à créer des clubs privés dans des clubs privés avec des VC qui s'adressent à des VC et ainsi de suite. On a la chance d'être suivi par les personnes qui écoutent notre podcast et qui ont déjà des profils très différents.

Quels sont vos conseils pour créer une room intéressante et réussir sa modération ?

La modération est un point essentiel. En tant que modérateur, on peut accepter ou non de donner la parole à quelqu'un, on peut aussi inviter un participant à devenir speaker. On ne connaît pas les opinions des personnes qui vont prendre la parole mais je pense que ce n'est pas un problème. C'est l'échange et le débat qui sont importants, chacun doit pouvoir s'exprimer. Si on commence à s'intéresser aux opinions en amont, on finit par se censurer.

La seule chose à laquelle il faut faire attention, c'est le nombre de personnes sur la scène au même moment. Il ne faut pas qu'il y ait plus d'une dizaine de personnes. Le mieux c'est de faire parler les personnes puis de tourner en laissant la parole à d'autres personnes au bout de

quelques minutes. L'autre conseil que je donnerais, c'est de ne pas être le seul modérateur. Au niveau de l'image, si tu as une room avec de nombreux speakers et un seul modérateur, ça veut dire que tu veux garder le contrôle, que tu n'es pas capable de partager ce "pouvoir".

Pour bien modérer, il faut donner le ton dès l'intro en fixant les règles : combien de temps de parole, réponse courte... De notre côté, on fait en sorte d'avoir une équité au sein des personnes à qui on donne la parole.

Je note également la durée de la room, ça permet de la fermer rapidement et proprement si on a fait le tour du sujet. En terme de timing, je conseille de ne pas dépasser les deux heures. On peut aussi proposer des rooms d'une heure mais il faut alors bien cadrer le temps de questions avec des réponses courtes. Pour le reste, il faut se faire confiance.