



Auréole Tchoumi, journaliste et spécialiste en communication publique, se penche sur la question de la gestion de Tchop Tchop, fondateur de Jambo FM, et se demande s'il est un mauvais manager. Tchoumi soutient que malgré les départs massifs et les licenciements qui ont secoué Jambo FM, il ne considère pas Tchop Tchop comme un mauvais manager. Selon lui, il est un jeune dynamique, entreprenant et motivé, comme en témoignent les employés de Jambo FM. Cependant, il pointe du doigt le fonctionnement des journalistes en 2023, indiquant que de nombreux confrères ne sont pas familiarisés avec l'entrepreneuriat et recherchent des projets rentables. Auréole Tchoumi, affirme que les médias ont besoin de contenus attractifs et de projets éditoriaux rentables, en prenant en compte les sponsors potentiels. Auréole Tchoumi met en lumière les défis auxquels sont confrontés les médias au Cameroun et invite à repenser les stratégies de gestion pour assurer leur succès.

Lire sa sortie intégrale

OPINION]

Tchop Tchop est-il un mauvais manager ?

Depuis quelques jours, des informations portant départs massifs et licenciements font écho

dans des milieux de la presse, Jambo FM est au cœur de l'actualité.

A cette question je réponds NON. Tchop fait de son mieux, les témoignages de ses employés me confortent à l'idée qu'il est un jeune dynamique, battant, entreprenant et très motivé.

Le problème de la Radio de Tchop et je l'avais déjà prédit dans un post, c'est le fonctionnement des journalistes en 2023. On peut si on le souhaite continuer à se mentir, nos journalistes aujourd'hui sont en quête des projets rentables, finis, où on brasse le rond à volonté chaque fin de mois. Nombre de confrères ne savent rien de l'entrepreneuriat, ils n'ont jamais osé un simple site internet pour voir la difficulté d'être un entrepreneur.

On ne peut plus avoir des Journalistes en 2023 payés pour faire un papier dans le Journal, ou une émission de 2h qui réunit des acteurs politiques pour critiquer le régime et les relations internationales. C'est impossible.

Un Journaliste à l'ère du tout numérique n'est plus ce "grand" reporter des terrains marécageux, qui raconte des nouvelles sous la plume d'un génie, à la Alliance Nyobia. Alliance est constant et serein parce qu'il bosse pour un media établi et fini. Alliance c'est 25 à 30 de sérénité, Alliance c'est le Talent et le Génie incorporés dans un magnifique être jamais en panne d'inspiration, mais surtout un travailleur affilié, payé régulièrement et respecté par sa hiérarchie.

Aujourd'hui les Rédactions ont besoin de gars qui créent des contenus alléchants, ayant déjà au préalable identifié les potentiels sponsors de leur projet d'émission et au besoin ayant déjà échangé avec eux sur la rentabilité du produit. Une émission est un produit marketing destiné à la vente. Si tu dois me faire une matinale d'anniversaire des tantes, d'horoscope et d'éphémérides, ma question c'est: qui m'achète cette matinale ? Je la vends à qui? Si ton synopsis n'est pas vendable, je te recrute pourquoi?

Regardez les médias aujourd'hui : contenus similaires, plateaux matin midi soir, échanges et interviews...le tout débat. Mais on vend à qui? Équinoxe a ses sources d'entrées, Canal 2 a ses couloirs, Vision 4 compte sur les longs bras du Boss, STV et DBS savent que Mukete et Baba Danpoulo = Milliard. Et Tchop dans tout ça ? Débrouillard. Et Martin dans tout ça ? Débrouillard. Polycarpe Essomba n'a pas échappé à cette massue, pas parce qu'il n'était pas volontaire ou qu'il n'avait pas étudié son marché.

Le cas Bojiko est un cas d'école: une très petite équipe au lancement, il les a fidelisés. Ses contenus étaient différents et son business model reposait sur le media-market, prenant en compte la concurrence et activant un système de veille informationnelle sans précédent. Bojiko anticipait sur tout et était devenu avec l'arrivée des Nekatchiessi et autre Veronica premier sur l'info. Son but était de battre Équinoxe dans l'info et battre Canal 2 sur le divertissement. Pour y parvenir ce n'est pas le nombre qui comptait, mais la qualité des contenus et la qualité des membres de l'équipe. Des gars qui avaient épousé le projet et pouvaient mourir pour le projet. Je me souviens que Marie Flore vivait dans une chambre et dormait sur un matelas à même le sol. Aujourd'hui elle démarre une V6 et les jeunes consoeurs crient Famla.

Tous les Jeunes projets doivent faire attention aux recrutements. Tchop a mis la barre haut mais il a poussé le nombre un peu loin. 5 à 6 journalistes c'est inutile en lancement. Il faut parier

sur des correspondants à qui on donne de quoi effectuer des déplacements pour couverture. Ils sont mille fois plus motivés que les gars de Douala qui ne rêvent que climatisation et salaire dans le compte bancaire. Et chaque émission doit se différencier par sa plus-value, le présentateur étant sous contrat de performance.

Audace se meurt, moins d'un an après son lancement, Dash n'est plus que l'ombre d'elle-même, Mirror est désormais une voix dans le lointain... Parce que tous naissent avec l'ambition de payer des salaires mirobolants. Oui, mais avec quels types de contenus ? La même chose que les mêmes Gars faisaient déjà ailleurs avant d'arriver. De la bouillie de maïs imitée pour tourner une bouillie de sorgho. Le couscous algérien ne se mange pas avec le Ndole, ça passe mieux avec les épinards.

Auréole TCHOUMI

Journaliste

Spécialiste en Communication Publique
