



Guide pratique
réseaux sociaux

02

Twitter



« **Mon entreprise sur le web** » est un programme de sensibilisation aux enjeux et usages des TIC (Technologies de l'information et de la communication) mis en place par la Chambre de commerce et d'industrie Rochefort et Saintonge.

Twitter (to tweet – gazouiller) est un **outil de partage** semblable à un microblog. Il vous permet de publier de courts articles (140 caractères) plus court que ceux des blogs. Ces articles peuvent être composés de texte, de photos ou de vidéos. Les utilisateurs peuvent ensuite suivre d'autres utilisateurs sans restrictions et recevoir les informations diffusées par ceux-ci.

Nombre d'utilisateurs

6,8 millions de membres en France et 284 millions dans le monde.

255 millions sont actifs par mois.

Sources : www.alexitaubin.com/2013/04/combien-d'utilisateurs-de-facebook.html - 2015)

Quelques chiffres

Il y a plus de recherches générées sur Twitter en un mois que sur Bing ou Yahoo : **24 millions sur Twitter** contre 4,1 millions sur Bing et 9,4 millions sur Yahoo.

Source : www.blogdumoderateur.com : Les chiffres de Twitter en 2012 (nov. 2012)

60% des utilisateurs français utilisent Twitter dans les transports

33% des utilisateurs français utilisent Twitter pendant un événement pour relayer un instant en live

33% des utilisateurs français utilisent Twitter en mangeant ou en prenant un verre

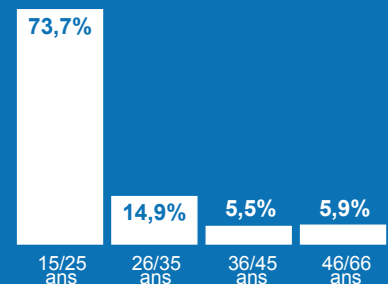
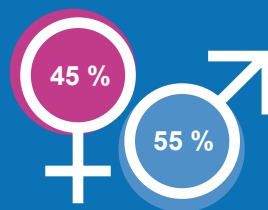
25% des utilisateurs français utilisent Twitter durant un voyage

Source : wearesocial.fr/blog/2014/04/les-chiffres-2014-de-l'utilisation-de-twitter-sur-mobile/

Entre 2011 et 2012, Twitter connaît une hausse de **53%** en France.

Source : www.blogdumoderateur.com : Panorama des réseaux sociaux (janv. 2013)

Profil des utilisateurs



Âge médian : **28 ans**

Sources : www.journaldugeek.com/2014/08/25/infographie-utilisateur-type-chiffres-twitter-france/ (2014)
www.blogdumoderateur.com : Panorama des réseaux sociaux (janv. 2013)

Sur Twitter



500 millions de tweets postés chaque jour

Sources : www.blogdumoderateur.com/chiffres-twitter/ (2015)

Twitter, pour quoi faire ?

Se créer un réseau et diffuser de l'information

en maintenant le contact avec des amis/collègues et en partageant avec eux des trouvailles, des idées, sa vie...

Elargir sa communauté et partager de l'information sur un thème commun, être en lien avec les leaders de sa thématique, pour être visible dans leurs flux d'information.

Exemple : www.twitter.com/MobiliTDurable : centre de ressources sur la mobilité durable, dédié aux actions qui concilient moyens de transport, progrès économique et développement durable.

Faire la promotion de ses produits et services

en repérant les contacts susceptibles d'être intéressés par les produits, grâce à une recherche sur le nom du produit, ou voir dans le flux d'information les personnes qui ont cité le produit et leur proposer une offre adéquate.

Utiliser une communication directe, pour fidéliser ses clients : proposer des partenariats, présenter une nouvelle offre, faire la promotion d'un événement, lancer des promotions spéciales...

Relayer une communication immédiate de son actualité (blog, promo...), ou encore bénéficier de l'effet « retweet » pour lancer un buzz.

Exemple : www.twitter.com/LaRedouteFr : Utilisation de l'outil pour une communication directe, événement, promotion, relai d'actualité...

Analyser de l'information sur les clients, les produits, les services et les concurrents

Twitter permet de connaître l'avis des clients sur la qualité des prestations. Faire de la veille concurrentielle ainsi que trouver de nouveaux clients et repérer des prescripteurs, des leaders d'opinion est possible tout comme faire de la veille d'opinion sur son entreprise et faire de la veille sur son secteur d'activité.

Obtenir et apporter de l'aide facilement et rapidement

en repérant les prospects ayant un problème pour leur venir en aide, en sollicitant sa communauté (questions, avis, opinions...) ou en obtenant l'avis de votre communauté sur le lancement d'un événement, d'un produit...

Exemple : www.twitter.com/ApplisiPhone : sondage auprès de sa communauté
www.twitter.com/lisalaposte : réponse aux questions de sa communauté.

Recruter des nouveaux collaborateurs

via son réseau ou en cherchant des informations sur les candidats.

Exemple : www.twitter.com/emploieviro : recrutement sur le réseau via un Twitter d'offre d'emploi dans le secteur de l'environnement.

Améliorer sa visibilité sur le web

grâce au relai d'informations sur d'autres réseaux sociaux pour générer du trafic sur son site/blog, la publication de liens vers sa page internet. Mais aussi l'ajout sur son site d'un lien vers Twitter ou un plugin avec les derniers flux d'information Twitter.

Exemple : www.hootsuite.com, est un outil qui permet la gestion et la mesure de vos réseaux sociaux (disponible en français).

Conditions d'accès

Twitter est **entièrement gratuit** mais certaines applications sont payantes. L'inscription en ligne est libre et la validation presque automatique par e-mail.

Chaque compte est à titre personnel ou au nom de l'organisme.

Il est nécessaire de saisir un minimum d'informations pour valider le profil personnel :

- ▶ nom
- ▶ prénom
- ▶ email

ou le profil professionnel :

- ▶ nom
- ▶ biographie
- ▶ logo
- ▶ localisation
- ▶ site internet

Le profil est visible par tous mais il est possible de protéger ses informations. Ce que vous dites sur Twitter est visible partout dans le monde, instantanément. Vous êtes ce que vous Tweetez !

Vous pouvez vous opposer à la réception de la plupart des communications adressées par Twitter, y compris les newsletters, e-mails de notification en cas de nouveaux Followers, etc.

Vocabulaire

Tweet ou twitt : nom donné à tout message envoyé via Twitter (limité à 140 caractères).

Avatar : image du profil.

Following ou abonnements : personnes que l'on suit et dont les messages s'affichent.

Followers ou abonnés : personnes qui vous suivent et chez qui s'affichent vos messages.

Bouton « follow » : pour s'abonner aux tweets d'autres utilisateurs.

Update ou listés : listes dans lequel figure l'utilisateur.

@username : pour répondre à un utilisateur ou envoyer un message public (à saisir en début de tweet).

D username : pour envoyer un message privé à un utilisateur (à saisir en début de tweet).

RT @username ou bouton

« **Retwetter** » : pour retwitter/transférer le message d'un autre utilisateur. Relayer sur votre propre Twitter, les tweets intéressants des abonnements, tous vos abonnés le recevront.

DM @username : pour envoyer un message en privé à un autre utilisateur (à saisir en début de tweet).

#mot-clé (Hashtag) : pour tagger un sujet, il suffit d'utiliser le symbole « # » suivi d'un mot-clé. Lors d'une recherche sur ces mots-clé taggués, il y a moins de flux d'information.

Flux RSS : fichier mis à jour en temps réel qui reprend automatiquement soit les titres, soit le texte intégral d'un site d'actualité ou d'un blog. Les infos sont affichées sous forme de liens cliquables.

Buzz : (anglicisme pour « bourdonnement d'insecte ») technique marketing consistant, comme le terme l'indique, à faire du bruit autour d'un événement, d'un nouveau produit ou d'une offre. Assimilée au marketing viral, cette pratique en diffère par le contrôle du contenu (message publicitaire ou de communication).

Bon à savoir

- Date de création : mars 2006 (ouverture au public en juillet 2006)

- Nom des créateurs : Jack Dorsey, co-fondateur Biz Stone et Evan Williams

- Origine : Etats-Unis

Se lancer

Ressources nécessaires

- Matériel : Ordinateur ou téléphone mobile avec connexion Internet
- Temps à prévoir : 20 à 30 minutes par jour
- Budget : outil gratuit mais certaines applications sont payantes
- Compétences : peu de compétences techniques sont requises, l'outil est accessible par tous

Première étape :

Créer un compte et définir son profil

Créez un compte sur www.twitter.com en indiquant votre identité, pseudonyme et email.

Définissez votre profil (« Paramètre - notification ») :

- ▶ ajoutez l'adresse du site ou du blog si vous en avez un
- ▶ complétez la biographie, la localisation
- ▶ ajoutez votre logo et personnalisez l'arrière-plan
- ▶ protégez la visibilité de vos tweets

Deuxième étape :

Apprivoiser les différentes fonctions de Twitter

Rédigez un message public (tweet) dans l'encadré en haut à gauche (140 caractères maximum).

Taggez vos messages. Lors de la rédaction d'un message, il est possible de tagger un tweet avec un #mot-clé pour permettre aux utilisateurs de le retrouver plus facilement.

Envoyez un message privé aux personnes qui vous suivent. Ce message est également limité à 140 caractères. Après son envoi, il apparaîtra dans votre boîte de message. Cette fonction est accessible en cliquant sur le lien « Messages » dans le menu supérieur.

Répondez aux messages, cela permet de signaler à l'auteur que vous réagissez à son Tweet. La réponse sera visible par tous et diffusée dans votre profil ainsi que le sien.

Retwettez un message pour le rediffuser à vos abonnés. Le message sera rediffusé sans en changer le contenu. Cette fonction est très importante dans Twitter. En effet, le fait de retweeter peut être vu comme un « vote social ».

Faites des recherches grâce aux mots-clé. Il suffit de saisir un ou plusieurs mots-clés dans la zone de texte « Rechercher » en haut de l'interface. Cette fonction permet également de faire de la veille sur les sujets qui vous intéressent.

Troisième étape :

Ajouter des amis et identifier des contacts liés à sa thématique

Ajoutez des amis via le gestionnaire d'email (« Trouver des amis ») sur votre Twitter.

Puis, trouvez les personnes les plus influentes de votre thématique, grâce à la liste thématique des blogs « Teads Labs » les plus influents : <http://fr.labs.teads.Tv/top-blogs>.

Quatrième étape :

Faire vivre son Twitter

Ajoutez automatiquement les flux RSS de vos sites dans les tweets. www.twitterfeed.com permet de publier les dernier flux RSS de votre site/blog sur Twitter.

Postez régulièrement des messages tout au long de la journée. Faites attention à ne pas noyer les abonnés sous une masse d'information, et ajoutez des mots-clés.

Pour résumer

	Points forts	Points faibles
Technique	Simplicité de l'outil Messages courts permet d'être précis et d'aller directement à l'essentiel	Manque de profondeur des messages Flux d'information très important, le cœur du message est noyé et l'interprétation est difficile
Animation	Instantanéité de l'information Flux d'information constamment actualisé Informations et liens facilement partagés Connexion entre individus facile	Régularité des messages nécessaire pour maintenir sa crédibilité
Image et business	Absence de publicité « Bouche à oreille », phénomène viral Utile pour le référencement	Volume de la cible touchée par le message encore réduite pour l'instant Accès aux tweets non restreint, l'information doit être appropriée

10 conseils pour réussir sa présence sur Twitter

- 1 Personnalisez votre page Twitter**
 Choisissez un nom évocateur ainsi qu'un avatar, puis complétez votre profil. Utilisez votre logo et personnalisez l'arrière plan afin qu'il soit en adéquation avec votre thématique. Si vous avez plusieurs activités, il est préférable de créer plusieurs profils Twitter distincts. Pour vérifier la disponibilité des noms sur les réseaux sociaux, utilisez l'outil www.knowem.com.
- 2 Optimisez votre temps**
 Déterminez combien de temps par jour vous passerez à animer votre Twitter (tweeter, répondre aux questions, élargir le réseau...). Ou désignez une personne pour le faire.
- 3 N'utilisez pas Twitter comme un outil de business**
 Twitter est un outil pour développer son réseau, partager des informations à valeur ajoutée... et c'est ce qui vous permettra de faire du business (et non l'inverse). Commencez toujours par poser des questions génériques ou apporter des informations à vos suiveurs, cela évitera de faire trop commercial. C'est uniquement sur les réponses que vous pourrez rebondir pour parler de vos produits.
- 4 Utilisez les 4 types de tweets dans vos messages**
 Utilisez les tweets « de réponse » pour échanger avec votre communauté, les tweets contenant des informations « personnelles » pour créer votre image, des tweets « promotionnels » pour mettre en valeur vos produits et enfin des tweets avec du contenu externe pour ajouter de la valeur à votre profil.
- 5 Faites régulièrement le ménage**
 Supprimez les personnes qui ne vous suivent pas, afin d'ajouter de nouvelles personnes dans la limite de 2000 autorisées.
- 6 Ajoutez des mots-clés**
 Dans votre profil et vos tweets, utilisez les mots-clés afin d'être plus facilement repéré par les moteurs de recherches. Utilisez-les dans vos messages pour les associer à une thématique en vogue.
- 7 Faites attention à votre image**
 Vous mettez en avant votre image via vos tweets. Essayez d'écrire un texte simple, sans faute d'orthographe, clair et qui donne envie de cliquer et de réagir. Pour gagner de la place dans vos tweets, utilisez des raccourcisseurs d'URL. Liste d'outils sur www.raccourcisseur.com.
- 8 Améliorez la visibilité de votre Twitter grâce aux autres outils**
 Ajoutez votre compte Twitter à votre signature email, dans les commentaires sur d'autres blogs, sur vos autres réseaux (Facebook, LinkedIn, Viadéo) et utilisez un badge Twitter personnalisé sur vos sites Internet pour faire la promotion de votre compte. Twitter est complémentaire, parfois vos lecteurs n'ont pas le temps de lire vos articles, ils préfèrent faire le tri via Twitter.
- 9 Participez aux conversations et retweetez**
 Participez aux conversations avec les leaders d'opinion, cela vous permettra d'être visible dans l'historique de cette personne, et donc par tous ses suiveurs. Faites des RT afin de vous faire connaître comme relayeur d'opinion. Faites un tri et ne retweetez que des informations pertinentes pour vos suiveurs.
- 10 Attention à vos campagnes de recrutement**
 Evitez d'ajouter massivement des followers en quelques minutes, vous seriez identifié comme un « Robot Spammeur sur Twitter », le bon rythme est 25 à 50 personnes par jour. Faites un concours interactif, cela vous permettra d'augmenter très rapidement votre communauté sur Twitter : www.manageflitter.com.