



Twitter : pour toucher les influenceurs

Présentation

Twitter est un réseau social focalisé sur l'information en temps réel et présentant un flux de publications limitées à 140 caractères. Contrairement à Facebook, plutôt centré sur le réseau d'amis proches, Twitter autorise des échanges horizontaux entre des personnes ne se connaissant pas forcément dans la vie réelle. Twitter permet en effet virtuellement de suivre et de s'abonner au fil d'actualité de n'importe quel utilisateur : ami, collègue, client, personnalité, marque...

Points forts

1. Avec ses 320 millions d'utilisateurs actifs (Février 2016), Twitter reste un réseau social majeur et dispose d'une communauté particulièrement dynamique.
2. Twitter est un média extrêmement viral grâce à la fonctionnalité « Retweet » permettant de republier de mur en mur une information.
3. Twitter est un réseau adapté pour la relation entre consommateurs et marques tant ses utilisateurs sont à la recherche d'actualités chaudes et à l'affût des dernières tendances.
4. Twitter est devenu un média et une source en temps réel d'information : le réseau sert de porte-voix (et d'oreilles pour écouter les tendances) à de nombreux dirigeants, journalistes et blogueurs. Twitter est à ce titre une plateforme idéale pour toucher les leaders d'opinion.
5. Twitter dispose d'un écosystème d'applications complémentaires qui viennent enrichir l'expérience utilisateur : Vine, Periscope ou encore Hootsuite...

6. La publicité sur Twitter permet de cibler de manière fine les utilisateurs en fonction de leurs centres d'intérêts et de critères socio-démographiques ou géographiques.
7. Twitter s'est doté d'outils statistiques afin d'analyser les retombées de vos actions sur le réseau.

Twitter est adapté pour

1. Les entreprises et médias disposant d'actifs en terme de contenus à partager.
2. Les freelances, agences et cabinets consultants souhaitant démontrer leur expertise.
3. Les entreprises B2B souhaitant se connecter avec les influenceurs dans leur domaine (journalistes, experts, blogueurs...).
4. Les start-ups souhaitant se connecter avec les influenceurs et faire connaître leurs solutions.
5. Les entreprises B2C capables de produire des émotions, de l'attente et de la viralité grâce à leurs contenus et leurs produits.
6. Les marques capables de véhiculer des émotions (ex : Oreo, Apple...).

Attention cependant

- Le grand public n'a pas encore complètement adhéré à Twitter.
- Pire, le nombre d'utilisateurs actifs semble avoir atteint un plafond ces derniers mois et ne croît plus.
- Twitter marque le pas depuis peu et peine à devenir un réseau social global comme Facebook peut l'être.
- Les usages sont radicalement différents d'un utilisateur à l'autre.