



Twitter : pour toucher les influenceurs

Présentation

Twitter est un réseau social focalisé sur l'information en temps réel (avec maintenant cependant l'arrivée d'un algorithme permettant de classer les tweets en fonction de leur engagement) à travers un fil de publications limitées à 280 caractères (historiquement 140). 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, personnalité, client, entreprise...

Points forts

1. Avec ses 321 millions d'utilisateurs actifs, Twitter reste un réseau social majeur et dispose d'une communauté particulièrement engagée même si sa croissance est fragile.
2. Twitter est un média viral grâce à la fonctionnalité "Retweet" permettant de republier de mur en mur une information.
3. 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.
4. Twitter est un un réseau adapté pour les entreprises cherchant à toucher leur cible à travers des contenus éducatifs et/ou de divertissement.
5. Twitter est également un centre important pour la gestion de la relation clients (questions, plaintes, après-vente...)

6. La publicité sur Twitter permet de cibler 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 marques avec une capacité naturelle à véhiculer de l'émotion (mode, luxe, sport, healthy...).
2. Les entreprises et médias disposant d'actifs en terme de photos, visuels et vidéos à partager.
3. Les indépendants, agences et cabinets consultants souhaitant démontrer leur expertise et savoir-faire.
4. Les entreprises souhaitant se connecter avec les influenceurs dans leur domaine (journalistes, experts, blogueurs...).

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 dernières années et croît lentement.
- Twitter peine à devenir un réseau social global comme Facebook peut l'être.
- Les usages sont radicalement différents d'un utilisateur à l'autre.
- L'arrivée d'un algorithme force maintenant à créer des contenus plus engageants pour bénéficier d'une réelle portée.