

CAFÉ-OUTIL TWITTER

14/12

Quels usages pour les professionnels ?



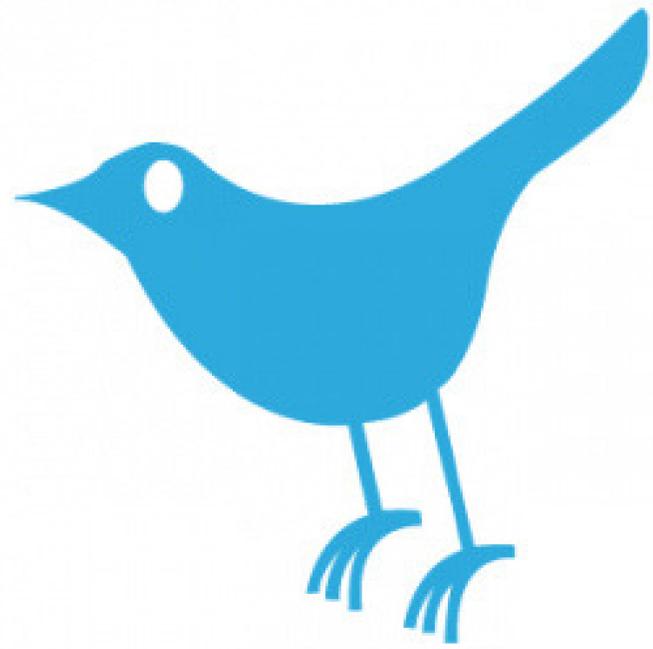
LE DÉPARTEMENT



Un programme cofinancé par l'Union Européenne



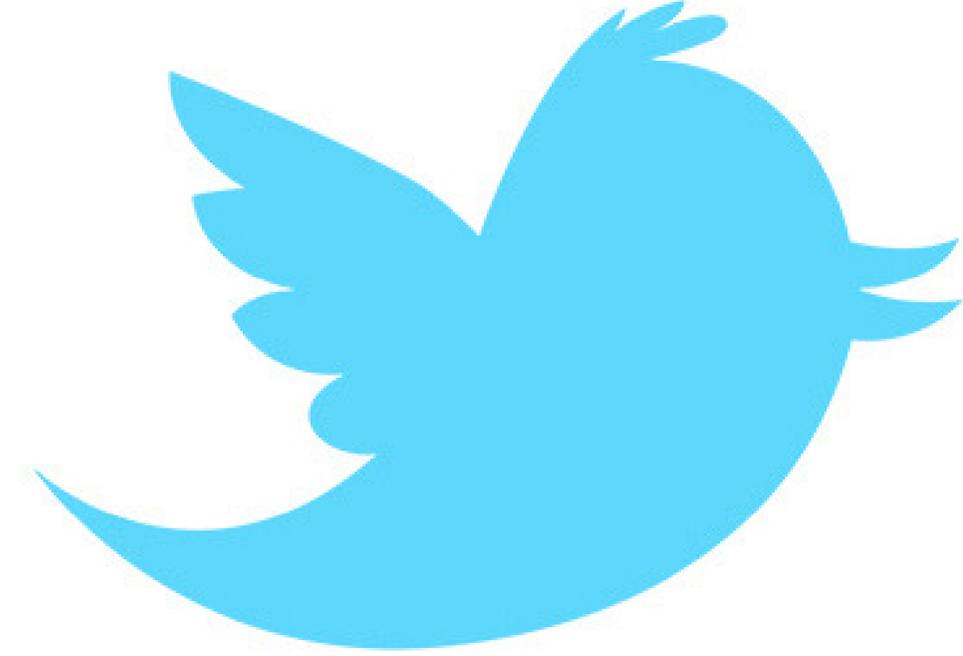
HISTORIQUE



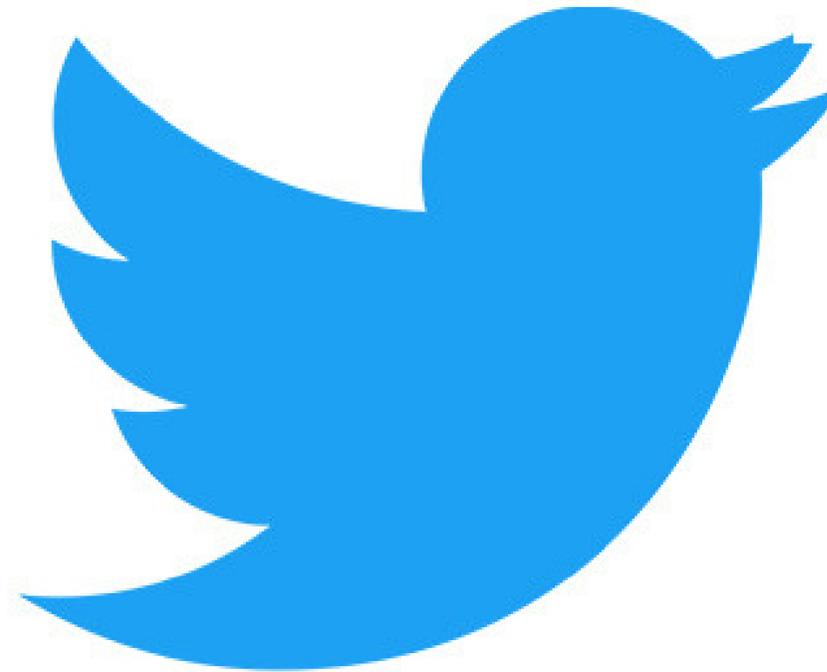
2006



2009



2010



2012

Réseau social créé en
2006
limitation à 140
caractères à l'origine

DÉFINITION

*Partage de statuts :
What's happening ?*

Instantanéité et simplicité de l'interface

*temps réel : durée de vie d'un message
3.5 fois plus courte que sur FB*



FONCTIONNEMENT



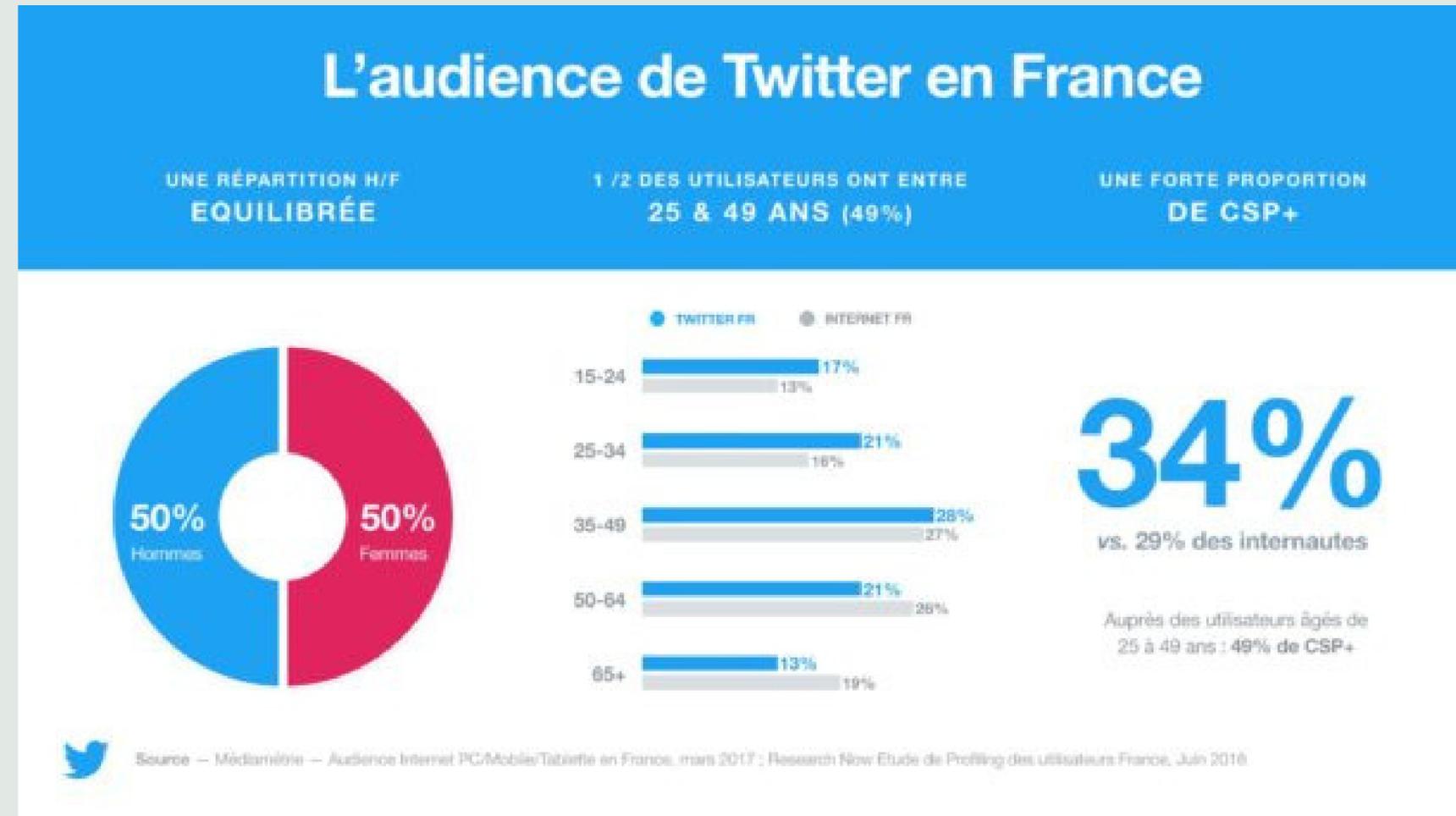
le tweet : 140->280 caractères
le retweet = propagation de
l'information et contenu viral

la citation @ nommer une personne,
une organisation

le #hashtag "mot clic" partager des
sujets par thème, communauté,
événements #pam2018

Les trending topics = tendance les
sujets les plus discutés /
personnalisés

326 millions d'utilisateurs actifs par mois 2.6 millions en France



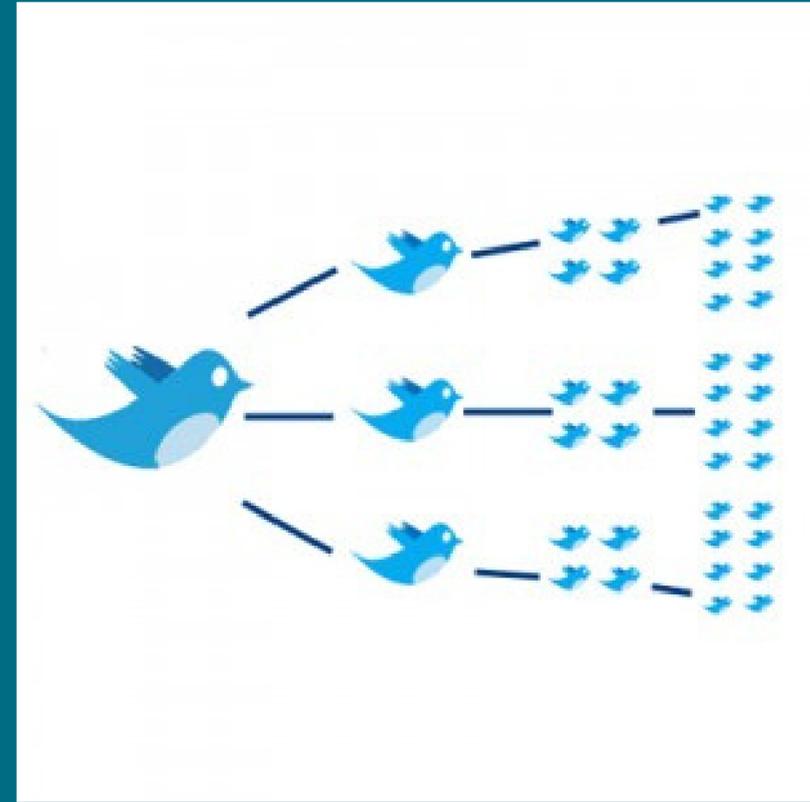
2009 : le média, c'est vous

<http://twitpic.com/135xa> - There's a plane in the Hudson. I'm on the ferry going to pick up the people. Crazy.



commentaires en temps réel sur les événements qui prennent de vitesse les médias traditionnels et organes de communication officiels

2018 : caisse de résonance des événements



*un média favorable à la propagation des nouvelles,
rumeurs, fake news diffusées par de vrais personnes
Travail de vérification des médias traditionnels (fact
checking)*

SPÉCIFICITÉS



Gestion des relations : le profil est public par défaut

Vous n'avez pas à approuver les relations = **tout le monde peut vous suivre**

Followers : des personnes décident de nous suivre, vous n'avez pas à approuver les relations = **votre audience**

Abonnement : Vous choisissez de suivre des personnes = **vos sources d'information**

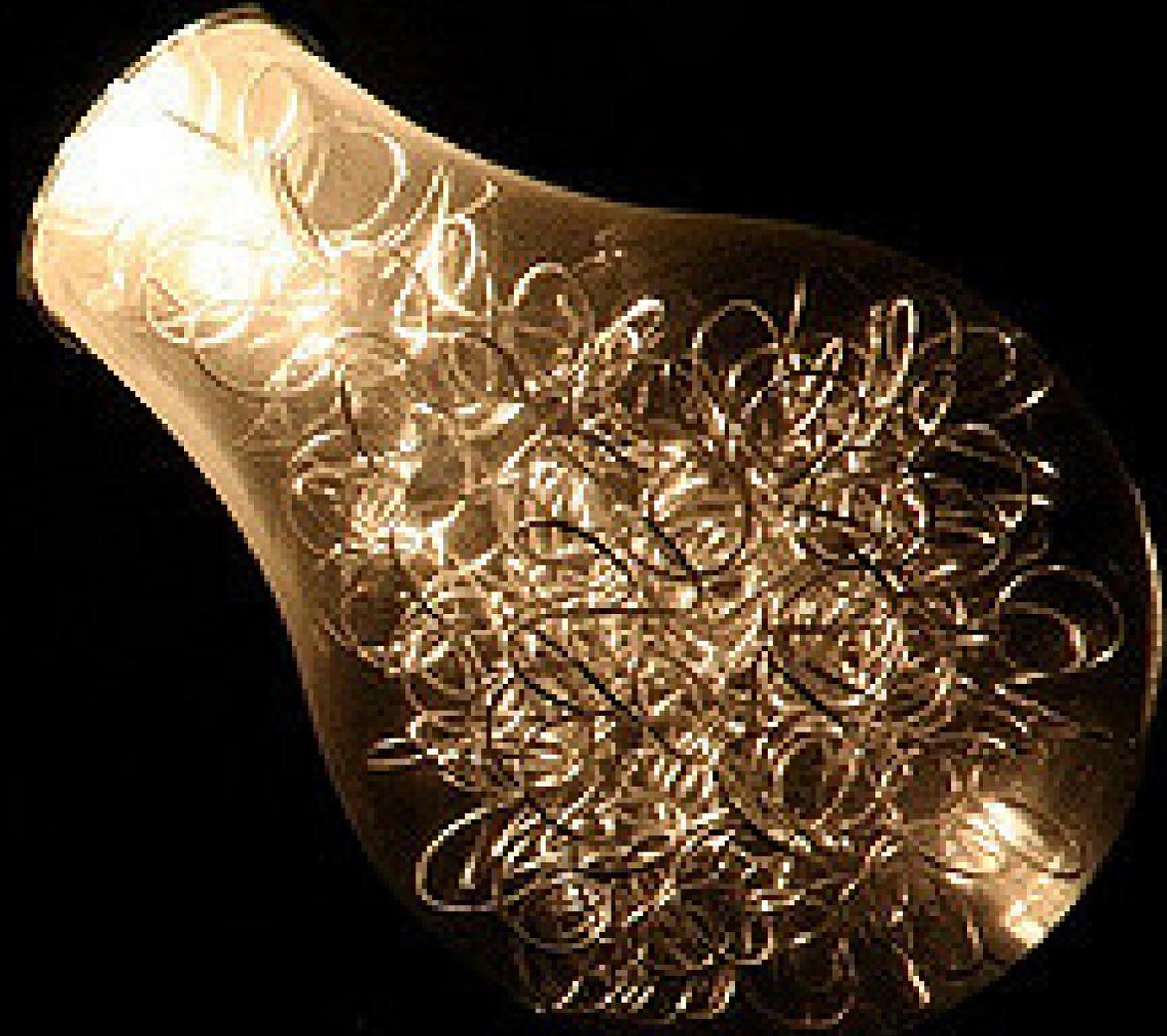
Quel usages pour les professionnels ?

Marques, produits, services, personnes

POURQUOI ?

Twitter est un média social
permet de créer un réseau,
d'informer, communiquer et
converser

#visibilité #veille #réseau
#promouvoir
#dialogue



Twitter



du contenu indexé par les moteurs de recherche
instantanéité / viralité / caisse de résonance

Spontanéité (comme à l'oral)

horizontalité

Des secteurs d'activités très bien représentés : Technologies,
médias, RH

Pour les entreprises :

cible B to B privilégiée
réseautage et curation de contenus

Type de contenus : des lives, des vidéos, des photos, du texte, des liens

contruire son image/ ereputation



Développer sa visibilité numérique

Faire reconnaître son expertise #hashtag permettant d'être identifié par des personnes qui ne vous suivent pas

Votre localisation

Un lien vers votre site web

Bonne pratiques : rédiger sa bio, photo de profil, identifier vos sujets de prédilection avec des hashtags

s'informer



Identifier personnes ressources et actives sur vos sujets,
Suivre des hashtags ciblés, vos concurrents...
suivre des conférences en live (tweet report ou vidéo live)

Bonne pratiques : créer des listes thématiques ou créer des comptes dédiés à la veille / éviter la surcharge d'information

COMMUNIQUER



promouvoir des événements

Votre présence à des salons

Votre participation à des événements locaux



Bonnes pratiques : ne pas parler que de soi, valoriser ses partenaires, clients, son territoire



publier des contenus

Votre expertise, vos contenus (ebook, site web) , une sélection de contenus dans votre domaine, métier (RT)



Bonnes pratiques : ne pas parler que de soi, valoriser ses partenaires, clients, son territoire

COMMUNIQUER



Valoriser sa communauté

Vos clients, partenaires, vos followers
vos coups de cœur, des initiatives porteuses de sens



Engager la conversation



Interactions facilitées, moins formelles

Réseau horizontal tous au même niveau (différenciation la notoriété)



Bonnes pratiques : réactions, commentaires, RT avec commentaire, sondage

Services clients

Services clients on line

Assistance technique

Assistance FreeMobile 
@freemobile

Une question sur le service mobile de Free ? Merci de nous contacter en privé avec votre identifiant. 08h-20h du lundi au vendredi & 09h-18h le week-end.

 mobile.free.fr

 Inscrit en décembre 2011

[Tweeter](#) [Message pri...](#)

Développer votre réseau



Entrer en contact avec des personnes de votre entourage présentes sur le réseau

Vous suivez les personnes clés dans votre domaine, par centre d'intérêt

Prendre contact avec eux via les messages directs (DM seulement si les personnes vous suivent)

Bonnes pratiques : Suivre les personnes de votre carnet d'adresse, Retweet RT, citation @

Analytics

Des stats détaillées (impressions, engagement, clics, j'aime, retweet)  

La possibilité d'acheter des tweet sponsorisés

Activité sur Twitter



Le Moulin Digital @lemoulindigital
Le Hackathon du @8Drome débute vendredi, envie de participer ?
→ 14/12 à 18H30
Curieux de découvrir les innovations pour l'autonomie :
→ 16/12 à 18H
pic.twitter.com/2vUxzE4cez



Touchez une audience plus large
Obtenez plus d'engagements en sponsorisant ce Tweet !

Démarrez

Impressions	665
Engagements totaux	17
J'aime	8
Retweets	4
Ouvertures des détails	2
Réponses	1
Engagements avec le média	1
Clics sur le profil	1

JE ME LANCE...

Déterminer qu'est ce que vous vous voulez montrer (ligne éditoriale)

Penser réseau

impliquer vos followers

apprendre en faisant

réagir en live au tweet