

GUIDE DES BONNES PRATIQUES SUR TWITTER



Sylvain LEBERT
Webmarketing & Co'm
contact@webmarketing-com.com

SOMMAIRE

À PROPOS DE L'AUTEUR.....	3
INTRODUCTION	4
I. STATISTIQUES ET DONNÉES D'USAGE	6
#DONNÉES SUR LES UTILISATEURS ET USAGES	6
#RECORDS	6
II. FORMAT ET TYPES DE CONTENUS TWITTER.....	9
#LONGUEUR DES TWEETS	9
#RETWEETS	9
#MESSAGE DIRECT	10
#MENTIONS ET FOLLOW FRIDAY	10
#HASHTAGS	11
#FORMATS VISUELS SUR TWITTER	12
#LISTES	13
#LIVE TWEET	14
III. LES BONNES PRATIQUES À METTRE EN PLACE.....	15
#UNE IDENTITÉ GRAPHIQUE PROPRE : FOND ET AVATAR	15
#DES CONTENUS DE QUALITÉ ET DIVERSIFIÉS	17
#LES FORMULES POUR FAVORISER LES MENTIONS, RETWEETS ET CLICS	20
#LES BONS MOMENTS POUR TWEETER	21
#BIEN CHOISIR SES HASHTAGS	22
#LIVE TWEET	24
#LES TECHNIQUES D'ACQUISITION DE NOUVEAUX FOLLOWERS	25
#MONITORING : SURVEILLER CE QUI SE DIT SUR TWITTER	28
#FAIRE DES PONTS AVEC LES AUTRES RÉSEAUX SOCIAUX	29
#ANALYTICS : LES DONNÉES À SUIVRE	30
#INSTALLATION DES TWITTER CARDS SUR SON SITE	30
SÉLECTION D'OUTILS POUR ALLER PLUS LOIN	33
CONCLUSION.....	34

À PROPOS DE L'AUTEUR



Sylvain Lemberg est consultant webmarketing depuis 2004. Ces dernières années, il a pu intervenir aussi bien en agence de communication que chez l'annonceur sur des thématiques variées allant du référencement naturel à la communication sur les réseaux sociaux.

En 2006 il lance Webmarketing & co'm un blog sur la communication sur Internet. Aujourd'hui, le blog est devenu une référence notamment grâce à une équipe d'une centaine de rédacteurs répartis dans une dizaine de pays et à une communication active sur les moteurs de recherche et les réseaux sociaux, Twitter en tête. Webmarketing & co'm est aujourd'hui, le premier blog marketing français (Source : classement Ebuzzing Octobre 2013). Le blog a également obtenu le Golden Blog Award 2013 dans la catégorie Economie Marketing.

Depuis 2012 une activité de consulting a également été lancée en parallèle. Accompagné de ses deux associés Ambre Lecerf et Perrine Carpentier, rencontrées lors de son passage dans un groupe média social, Sylvain a développé une activité d'agence webmarketing spécialisée en communication sur les réseaux sociaux et les moteurs de recherche. Aujourd'hui, avec Agence & co'm, il accompagne ses clients dans leur stratégie de communication.

Via ce livre électronique il partage avec vous son expérience et ses techniques de communication sur Twitter. Ce livre est le premier d'une série d'ouvrages sur les bonnes pratiques en matière de communication digitale.



INTRODUCTION

Créé en 2006 par Noah Glass et Jack Dorsey, Twitter est un service de micro-blogging. A son lancement, il a su bousculer les habitudes de communication et trouver rapidement de fidèles utilisateurs.

Grâce à son ouverture et à sa simplicité (les fameux 140 caractères pouvant paraître limités au départ mais démontrant rapidement leur efficacité), le réseau social a su développer une communauté active. Communauté inventant sans cesse de nouveaux usages et de nouvelles façons de communiquer en temps réel.

Que cela soit pour suivre l'information en temps réel, faire de la veille dans le cadre de son activité, ou tout simplement échanger avec ses amis et se faire de

nouvelles relations, tout va très vite sur Twitter ! Ses 218 millions d'utilisateurs actifs envoient pas moins de 500 millions de tweets chaque jour. Chaque minute, plus de 300.000 nouveaux comptes sont créés.

Twitter est un vrai succès et commence même à détrôner Facebook auprès des jeunes américains (26% des adolescents américains ont Twitter en réseau social favori contre 23% pour Facebook selon une étude menée par la banque d'affaires Piper Jaffray en 2013). Et cette croissance n'est pas prête de s'arrêter avec son entrée en bourse qui donnera les moyens à Twitter d'accélérer son développement.



Source infographie : [Tiz](http://Tiz.com).

En France Twitter possède une communauté de 4,5 millions d'utilisateurs actifs (Selon l'étude Médiamétrie d'avril 2013) le classant à la 6ème place du classement des réseaux sociaux.

Aujourd'hui les médias, en particulier la télévision, donnent une place de plus en plus importante à Twitter en utilisant notamment ce dernier pour faire la promotion de leurs émissions via les « hashtags » (ou « mot dièse »).

Avec cette volonté des médias de populariser le service de micro-blogging, nul doute que ce dernier va accélérer son développement en France.

Notre pays fait d'ailleurs partie des pays les plus prometteurs selon Twitter (chiffres et analyses publiés par le réseau social en Septembre 2013).

Twitter, sur lequel nous sommes présents depuis janvier 2009, a été un véritable accélérateur de visibilité pour notre site Webmarketing & co'm.

Aujourd'hui le réseau est notre seconde source de visibilité après le référencement naturel et représente 22% de notre trafic, bien devant Facebook et ses 13%.

Vous l'aurez compris, bien utilisé, Twitter en plus d'être un formidable lieu d'échanges ouvert peut être générateur de trafic et d'activité.

Dans cet ebook, je partagerai avec vous mes connaissances et mes techniques afin que vous puissiez, vous aussi, tirer profit au maximum de ce formidable outil de communication qu'est Twitter.

N'hésitez pas à me rejoindre sur [@webmarketingcom](https://twitter.com/webmarketingcom)

