



Twitter pour **votre entreprise**

UN GUIDE POUR DÉMARRER

business.twitter.com/fr | [@TwitterAdsFR](https://twitter.com/TwitterAdsFR)



Sommaire

Introduction	4
Chapitre 1 : Les chiffres	5
Les gens tweetent déjà à votre sujet	6
Ce que les utilisateurs attendent de vous	7
Emportez Twitter avec vous : l'avantage PME	8
Chapitre 2 : Pour commencer	9
Bienvenue sur Twitter	10
Qu'est-ce qu'un Tweet ?	11
Configurez votre profil	12
Chapitre 3 : Engagez votre audience	13
Trouvez votre ton	14
Répondez, réagissez et Retweetez	15
Faites-en une habitude	16
Une semaine sur Twitter	17
Des Tweets qu'on a envie de partager	19
Chapitre 4 : Maximisez votre impact	20
Faites la promotion de votre @pseudonyme Twitter	21
Utilisez vos abonnés pour en recruter de nouveaux	22
Entrez en contact avec des entreprises qui vous ressemblent	23
Mesurez et amplifiez votre impact	24
Des usages innovants de Twitter	25
Testez les Publicités Twitter	26
Dix étapes pour améliorer votre taux d'engagement	27



Twitter travaille pour votre entreprise

Un Tweet est un outil puissant. Chaque semaine sur Twitter, des milliards de Tweets s'échangent autour d'une infinité de sujets. Toutes sortes de personnes, organisations, entreprises, qu'elles soient locales ou internationales et de toutes tailles, utilisent Twitter pour se faire connaître.

Ce guide est conçu pour aider les propriétaires de PME comme vous à mieux utiliser Twitter. Twitter vous donne l'opportunité de créer des liens avec vos clients et de diffuser plus largement votre message pour soutenir la croissance de votre entreprise.

Les quatre chapitres suivants vont vous montrer comment en tirer le meilleur parti :

1. LES CHIFFRES

Vos clients parlent déjà de vous sur Twitter. Saisissez l'opportunité de vous joindre à la conversation. Comprenez comment ils utilisent Twitter et quels types de Tweets ils attendent de la part des marques et des entreprises.

2. POUR COMMENCER

Se lancer sur Twitter est très simple. Dans cette section, nous vous présentons la page d'accueil de Twitter et nous vous expliquons comment configurer un profil et entrer en relation avec d'autres utilisateurs. Consultez notre guide « Qu'est-ce qu'un Tweet ? » pour obtenir une définition exhaustive des Tweets.

3. ENGAGEZ VOTRE AUDIENCE

Les clients réagissent aux marques qui représentent quelque chose : tweetez au sujet de vos idées, vos principes et vos passions pour attirer leur attention. Vos abonnés représentent vos clients les plus fidèles, assurez-vous de reconnaître et de récompenser les Tweets qu'ils publient à votre sujet.

4. MAXIMISEZ VOTRE IMPACT

Plus les gens parlent de votre entreprise sur Twitter, plus vous aurez d'abonnés (et de clients). Concentrez-vous sur les activités qui mettent en valeur votre @pseudonyme et regardez votre notoriété grandir.



1

Les chiffres

Vos clients parlent déjà de vous sur Twitter. Comprendre ce qu'ils disent et pourquoi ils suivent des entreprises sur Twitter vous aidera à construire des relations de qualité sur le long terme.

LES GENS TWEETENT DÉJÀ À VOTRE SUJET

CE QUE LES UTILISATEURS ATTENDENT DE VOUS

EMPORTEZ TWITTER AVEC VOUS : L'AVANTAGE PME



Les gens tweetent déjà à votre sujet

Que vous soyez actif sur Twitter ou pas, les utilisateurs y parlent de vous, de votre entreprise et de votre activité.

UTILISEZ LA FONCTION RECHERCHE POUR DÉCOUVRIR CE QUI SE DIT DE VOUS.

Allez sur **search.twitter.com** et recherchez vos produits ou votre entreprise pour découvrir ce qu'il se dit à votre sujet.

Vous pouvez aussi rechercher des mots-clés ou des hashtags associés à votre entreprise et votre catégorie (par ex., « cafés parisiens ») pour mieux comprendre vos clients et votre secteur.

Twitter compte plusieurs millions d'utilisateurs actifs en France, et 255 millions d'utilisateurs actifs au niveau mondial.

Source : Données internes Twitter,
avril 2014

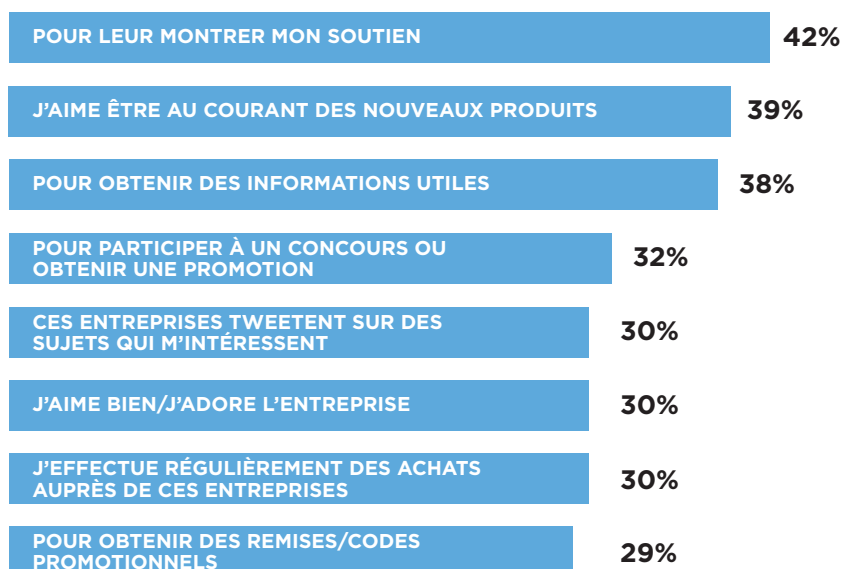
Si vous débutez sur Twitter, nous vous recommandons d'utiliser la recherche pour observer les autres utilisateurs et entreprises avant de vous lancer. Vous verrez rapidement quels Tweets génèrent le plus de réactions et quels types de contenus interpellent le plus les utilisateurs.



Ce que les utilisateurs attendent de vous

Comprendre pourquoi les utilisateurs suivent des PME sur Twitter vous aidera à mieux comprendre comment générer des interactions avec vos abonnés.

Voici les raisons pour lesquelles les utilisateurs affirment suivre des entreprises :



Source : DB5 janvier 2014, « A look at small/medium business followers in the UK »
(Un aperçu des utilisateurs abonnés aux PME au Royaume-Uni)

Les utilisateurs suivent des entreprises et organisations pour diverses raisons, par exemple pour se tenir au courant des nouveautés, pour obtenir des informations, pour participer à des concours ou encore obtenir des promotions. Nous vous recommandons de tester différents types de Tweets pour découvrir ce qui fonctionne pour votre entreprise, et ce qui ne fonctionne pas.



Emportez Twitter avec vous : l'avantage PME

METTEZ-VOUS AU MOBILE

80 % des utilisateurs de Twitter en France se connectent à Twitter depuis un appareil mobile.

Cette tendance représente une véritable opportunité pour les entreprises petites et flexibles comme la vôtre. En suivant les conversations des utilisateurs en temps réel, vous pouvez apporter des réponses utiles au moment opportun.

Par exemple, si un utilisateur tweete au sujet de la file d'attente au restaurant du coin, pourquoi ne pas lui proposer une table chez vous en répondant par un Tweet ?

TOP 5 DES USAGES MOBILES

% des utilisateurs mobiles de Twitter en déplacement



1 sur 3 Durant une sortie avec des amis



1 sur 4 Durant une escapade touristique



1 sur 2 Durant un déplacement



1 sur 3 Durant un repas ou un verre



1 sur 4 Durant un événement live

Source : Étude approfondie Nielsen 2014 sur les utilisateurs Twitter en Europe, au Moyen-Orient et en Asie



2

Pour commencer

Comprenez comment Twitter fonctionne pour rejoindre la conversation de manière active et efficace.

BIENVENUE SUR TWITTER

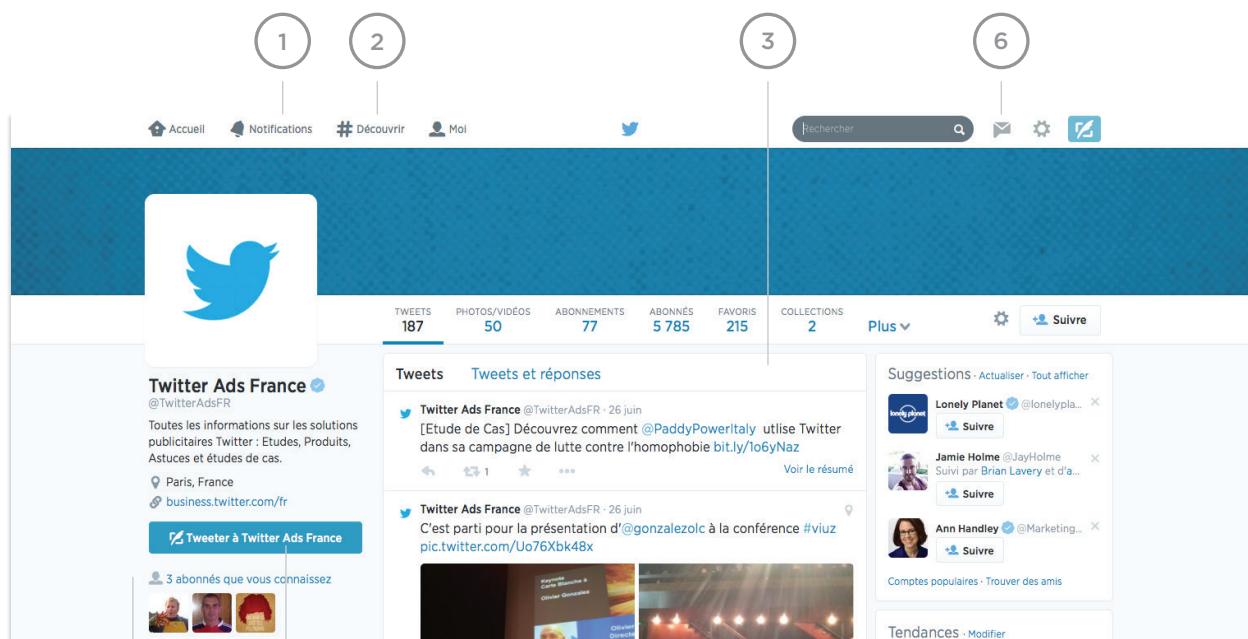
QU'EST-CE QU'UN TWEET ?

CONFIGUREZ VOTRE PROFIL



Bienvenue sur Twitter

Twitter est un réseau d'information ouvert et public. Utilisez la page d'accueil pour accéder rapidement aux informations que vous recherchez.



1. NOTIFICATIONS

Cliquez ici pour afficher vos interactions, comme par exemple la liste des utilisateurs qui vont ont suivi ou les Tweets mentionnant votre @pseudonyme.

2. DÉCOUVRIR

Explorez cet onglet pour voir quels sont les sujets tendances dans votre ville ou les conversations phares à l'échelle nationale ou internationale.

3. FIL D'ACTUALITÉ

Votre fil d'actualité affiche les Tweets publiés par les utilisateurs que vous suivez, par ordre de publication.

4. QUI SUIVRE

Les comptes Twitter recommandés pour vous s'affichent ici. Ces suggestions sont basées principalement sur les comptes que vous suivez actuellement. Cliquer sur « Afficher tout » vous redirige vers une page comportant l'option « Trouver des amis » sur d'autres réseaux (par ex. Gmail).

5. RÉDIGER UN NOUVEAU TWEET

Commencez par saisir votre message directement dans ce champ, sans dépasser les 140 caractères.

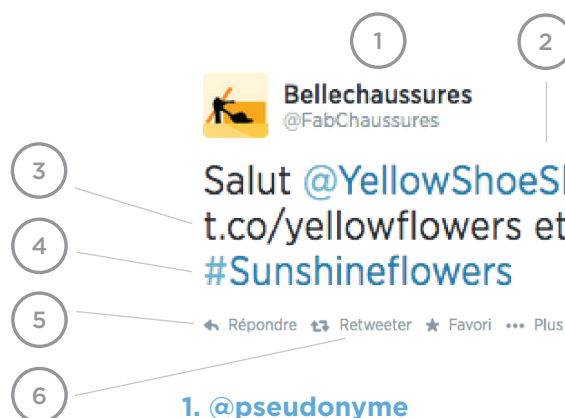
6. ENVOYER UN MESSAGE PRIVÉ (MP)

Un MP est un message privé. Vous pouvez envoyer des messages privés uniquement aux personnes que vous suivez et qui vous suivent.



Qu'est-ce qu'un Tweet ?

Un Tweet est un message de 140 caractères ou moins, publié sur Twitter. Les Tweets constituent la matière première de votre communication et prouvent que l'on peut en dire plus en parlant moins.



1. @pseudonyme

Un Tweet est obligatoirement précédé d'un @pseudonyme ou nom d'utilisateur.

2. MENTION

Si vous souhaitez mentionner un utilisateur ou une marque dans un Tweet pour lui montrer votre reconnaissance ou attirer son attention, intégrez simplement son @pseudonyme à votre Tweet et celui-ci apparaîtra dans l'onglet Connecter de son profil. Comme tous les Tweets, ce Tweet sera visible pour tous vos abonnés.

3. LIENS

Intégrer des liens à vos Tweets est une excellente manière de fournir plus d'informations à vos abonnés sur le sujet que vous abordez. Pour économiser de la place, tous les liens que vous collez dans le champ Message sont automatiquement réduits à 22 caractères.

4. HASHTAG

Un hashtag est un mot ou une expression (sans espace) immédiatement précédée du caractère #. Les gens utilisent les hashtags pour organiser les conversations et faciliter la recherche de contenus relatifs à un sujet donné. Cliquez sur un hashtag pour accéder directement aux résultats de la recherche correspondante.

5. RÉPONSE

Cliquez sur « Répondre » pour répondre à un Tweet. Lorsque vous répondez à un Tweet, votre réponse est publique et s'affiche dans votre fil d'actualité ainsi que celui de la personne à qui vous répondez. Remarque : votre Tweet sera aussi visible par tous les abonnés que vous et cette personne avez en commun. Répondre à un Tweet est une bonne manière de construire des relations avec vos abonnés.

6. RETWEET (PARTAGE)

Vous avez vu quelque chose qui vous plaît ? Retweetez-le ! Retweeter va republier le message pour le rendre visible à tous vos abonnés. C'est une excellente manière de remercier un client qui vous a complimenté, ou de promouvoir un commentaire que vous approuvez.



Configurez votre profil

Votre profil est la vitrine de votre entreprise. Votre nom, votre biographie et votre photo de profil doivent raconter une histoire cohérente.



The diagram illustrates the components of a Twitter profile card for 'Twitter Ads France'. It includes a blue header, a profile picture of the Twitter bird, a name with a verified badge, a handle, a bio, a location, and a website link. Callout boxes provide instructions for each element:

- Utilisez un arrière-plan pertinent et attractif.** (Refers to the blue header background)
- Choisissez l'image de profil qui représente le mieux votre entreprise.** (Refers to the profile picture)
- Toutes les informations sur les solutions publicitaires Twitter : Etudes, Produits, Astuces et études de cas.** (Refers to the bio text)
- Intégrez un lien vers votre site Web. Envisagez aussi d'inclure vos horaires d'ouverture et votre numéro de téléphone.** (Refers to the website link)
- Rédigez un résumé clair et informatif décrivant votre entreprise, vos produits ou vos services. Assurez-vous d'indiquer votre localisation pour que vos clients sachent où vous trouver.** (Refers to the bio text)



3

Engagez votre audience

Avec les contenus et les comportements adéquats, vous pouvez transformer vos abonnés en clients, et vos clients en alliés.

TROUVEZ VOTRE TON

RÉPONDEZ, RÉAGISSEZ ET RETWEEETEZ

FAITES-EN UNE HABITUDE

UNE SEMAINE SUR TWITTER

DES TWEETS QU'ON A ENVIE DE PARTAGER



Trouvez votre ton

Twitter est un environnement informel. Les utilisateurs sont plus réceptifs aux Tweets écrits dont le ton est chaleureux et décontracté.

SOYEZ VOUS-MÊME



Bellechaussures
@FabChaussures

Nous soufflons la bougie de notre premier gâteau d'anniversaire ! Merci à tous nos clients fans de chaussures. Et vivement notre 2e année !

Bien souvent, les entreprises adoptent un ton trop formel sur Twitter. Les utilisateurs sont plus réceptifs aux Tweets écrits sur un ton amical et décontracté. Lorsque vous tweetez, soyez chaleureux et décontracté, et n'hésitez pas à révéler votre personnalité.

OFFREZ-LEUR QUELQUE CHOSE EN PLUS



Bellechaussures
@FabChaussures

Ça vient d'arriver ! Notre nouvelle gamme de chaussures extra larges. Du style pour toutes les tailles.

Utilisez Twitter pour partager des informations sur votre entreprise que vos clients ne trouveront nulle part ailleurs. Donnez-leur une raison de revenir.



Répondez, réagissez et Retweetez

Vos abonnés comptent parmi vos clients les plus impliqués, traitez-les avec l'égard qu'ils méritent.

SOYEZ RÉACTIF



Penny Coughlan @pennycoughlan · 1 h

@FabChaussures À quelle heure fermez-vous ce soir ? J'ai besoin d'une nouvelle paire de chaussures pour une soirée !

Détails

↳ Répondre ↻ Retweeter ★ Favori *** Plus



Bellechaussures

@FabChaussures

@pennycoughlan Nous sommes à votre disposition jusqu'à 18 h 30 pour trouver les chaussures idéales pour sortir !

Quand les gens tweetent à votre sujet, répondez-leur. Ajoutez les messages positifs à vos favoris ou Retweetez-les, et assurez-vous de remercier les personnes qui vous complimentent. Toutes ces actions vont vous aider à établir des relations solides avec vos abonnés, qui deviendront alors des clients fidèles.

Répondez rapidement à tout Tweet critiquant votre entreprise. Il est préférable de poursuivre certaines conversations hors ligne. Si un échange avec un client devient trop intense ou trop spécifique pour apparaître dans votre fil d'actualité, demandez à l'abonné concerné de vous envoyer ses coordonnées par message privé (MP) afin que vous puissiez poursuivre la conversation par téléphone ou par email. Un commentaire négatif bien géré peut faire d'un client mécontent votre plus grand fan.

ASTUCE

Téléchargez Twitter sur votre appareil mobile depuis about.twitter.com/fr/download pour pouvoir répondre à vos clients en temps réel, même au cours de vos déplacements.

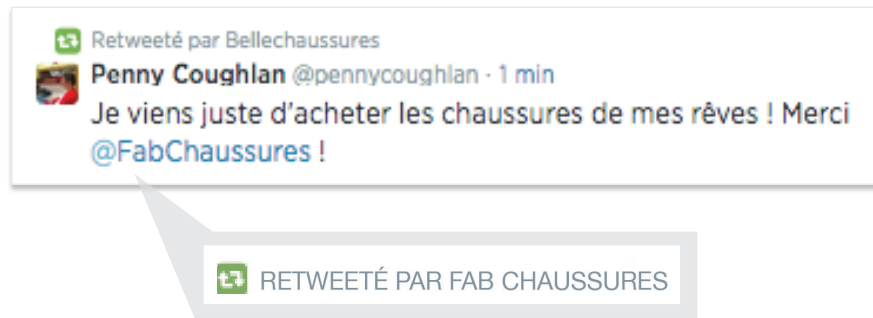


Faites-en une habitude

TWEEETZ QUOTIDIENNEMENT

Lorsqu'il s'agit de tweeter, les petites idées valent autant que les grandes. Vous pouvez tout simplement Retweeter un contenu, remercier un client ou parler de ce qui se passe autour de votre sujet.

Les gens se demandent souvent à quelle fréquence ils doivent tweeter, mais il n'existe pas une seule bonne réponse. Tweeter toutes les cinq minutes est probablement superflu mais tweeter une seule fois par semaine assurément insuffisant. Au début, fixez-vous comme objectif de tweeter une fois par jour. Avec le temps, vous pourrez ajuster cette fréquence en fonction des contenus que vous souhaitez partager et des spécificités de votre entreprise.



Ce n'est pas parce que Twitter fonctionne en temps réel que vous ne pouvez pas anticiper. Réfléchissez aux événements clés à venir - lancement de produit, vacances, événements saisonniers - et intégrez-les à votre plan d'action sur Twitter.

Jetez un œil à notre Agenda #Gagnezl'Instant sur t.co/otm, pour savoir comment communiquer de manière optimale autour d'événements clés.

ASTUCE

Suivez les journalistes et les médias qui couvrent les sujets qui vous intéressent et Retweetez les commentaires et informations les plus pertinents. Non seulement vous allez fournir du contenu intéressant à vos abonnés, mais certains journalistes vont également s'abonner à votre compte.



Une semaine sur Twitter

Vous pouvez anticiper vos activités sur Twitter. Ces exemples illustrent différentes manières d'interagir avec vos clients au cours d'une semaine.

LUNDI

Offres spéciales

OFFRES SPÉCIALES



Bellechaussures
@FabChaussures

10 % de réduction sur votre prochaine paire de chaussures en disant "Pieds contents" à la caisse du magasin.

↳ Répondre ↺ Retweeter ★ Favori ... Plus



Lancez des offres exclusives réservées à vos abonnés. Tweetez un code promotionnel à saisir sur votre site Web, ou un mot de passe que les clients pourront mentionner lors de leur passage en caisse pour obtenir une remise. Offrez un téléchargement gratuit à vos abonnés qui Retweetent votre offre.

MARDI

En coulisses

EN COULISSES



Bellechaussures
@FabChaussures

C'est l'heure du thé !

Tweetez des vidéos ou des photos exclusives que vos abonnés ne trouveront nulle part ailleurs.

MERCREDI

JEUDI

VENDREDI

Vous lancez une promotion ?

Allez sur <https://business.twitter.com/fr/promotional-tactics> pour découvrir quelques bonnes pratiques.



LUNDI

MARDI

MERCREDI

Astuces utiles

ASTUCES UTILES



Bellechaussures
@FabChaussures

Mal aux pieds ? Versez une tasse de thé à la menthe dans une bassine d'eau et détendez-vous en y plongeant vos pieds
pic.twitter.com/XposK8AvkP



Créez et publiez régulièrement des séries de Tweets informatifs ou insolites. Si vous êtes Chef cuisinier, tweetez des recettes ou des astuces culinaires. Si vous gérez une boutique de vêtements, tweetez des conseils sur la manière de mixer pièces tendances et pièces vintage.

JEUDI

Sous les projecteurs
médiatiques

SOUS LES PROJECTEURS MÉDIATIQUES



Bellechaussures
@FabChaussures

[@Shoenews](#) Merci d'avoir présenté nos chaussures. Nous sommes ravis qu'elles vous plaisent !

Mettez en valeur toute actualité ou article de presse positif concernant votre entreprise, votre secteur ou votre communauté, susceptible d'intéresser vos abonnés. Assurez-vous de mentionner le @pseudonyme du journaliste ou du media à la source de l'information que vous tweetez. Ainsi, la source est clairement identifiée et reconnue.

VENDREDI

Mettez en avant vos
collaborateurs

METTEZ EN AVANT VOS COLLABORATEURS



Bellechaussures
@FabChaussures

Journée très chargée, aujourd'hui. Merci à tous et bravo à l'équipe Zapato Mundo !

Valorisez les personnes qui font marcher votre entreprise en mettant en avant leur travail dans vos Tweets, ou en partageant des photos d'eux au travail. Retweetez les Tweets relatifs à votre activité.



Des Tweets qu'on a envie de partager

Comprendre ce qui pousse les gens à partager des contenus vous aidera à créer de meilleurs Tweets.

Avant de rédiger un Tweet, mettez-vous à la place de vos abonnés pour anticiper leur réaction. Préféreront-ils répondre, ajouter ce Tweet à leurs favoris, ou le partager ?

Les utilisateurs ont tendance à partager les tweets qui apportent des solutions à leurs problèmes, qui répondent à leurs questions, les amusent ou les inspirent. Nous constatons aussi que les contenus les plus Retweetés sont ceux qui intègrent des liens, des photos, des vidéos ou des citations. Lorsque vous tweetez quelque chose d'intéressant, vous pouvez toucher de nombreux clients potentiels.

INTÉGREZ UNE PHOTO

Les Tweets comportant des photos génèrent deux fois plus d'engagements.*

QUESTION + RÉPONSE

Posez une question dans votre Tweet et répondez-y avec un lien. Par exemple :

- « Quelles sont les dix premières raisons qui poussent les gens à acheter une nouvelle voiture ? Réponse : *lien vers un article du blog sur le sujet.* »
- « Qui le porte le mieux ? Des experts de la mode vous répondent : *lien vers un site Web ou un magazine de mode.* »
- « Améliorez votre swing en 10 minutes ! Découvrez comment : *lien vers les conseils et astuces d'un golfeur professionnel.* »

PARTAGEZ DES VIDÉOS SUR TWITTER

Ajoutez automatiquement une vidéo à un Tweet en intégrant simplement l'URL correspondante. Les liens vers YouTube, Vimeo et de nombreux autres sites diffuseront la vidéo directement dans le Tweet étendu.

AJOUTEZ UNE CITATION

Inspirez vos abonnés avec une citation pertinente tirée de l'histoire, de la littérature, de la pop culture ou de votre propre secteur. Vous obtiendrez plus de Retweets si vous choisissez une citation que vos abonnés jugeront utile ou intéressante pour *leurs* propres abonnés.

ASTUCE

Suivez des personnes en dehors de votre industrie pour obtenir des idées de contenus intéressants. Assurez-vous de mentionner les auteurs des contenus que vous réutilisez dans vos Tweets.

* Source : Buddy Media, juin 2012, « Stratégies pour Tweeter efficacement : Une analyse statistique »



4

Maximisez votre impact

Développez votre communauté pour amplifier votre portée.

FAITES LA PROMOTION DE VOTRE @PSEUDONYME TWITTER

UTILISEZ VOS ABONNÉS POUR EN ATTIRER DE NOUVEAUX

**CONNECTEZ-VOUS AVEC DES ENTREPRISES QUI VOUS
RESSEMBLENT**

MESUREZ ET MAXIMISEZ VOTRE IMPACT

DES USAGES INNOVANTS DE TWITTER

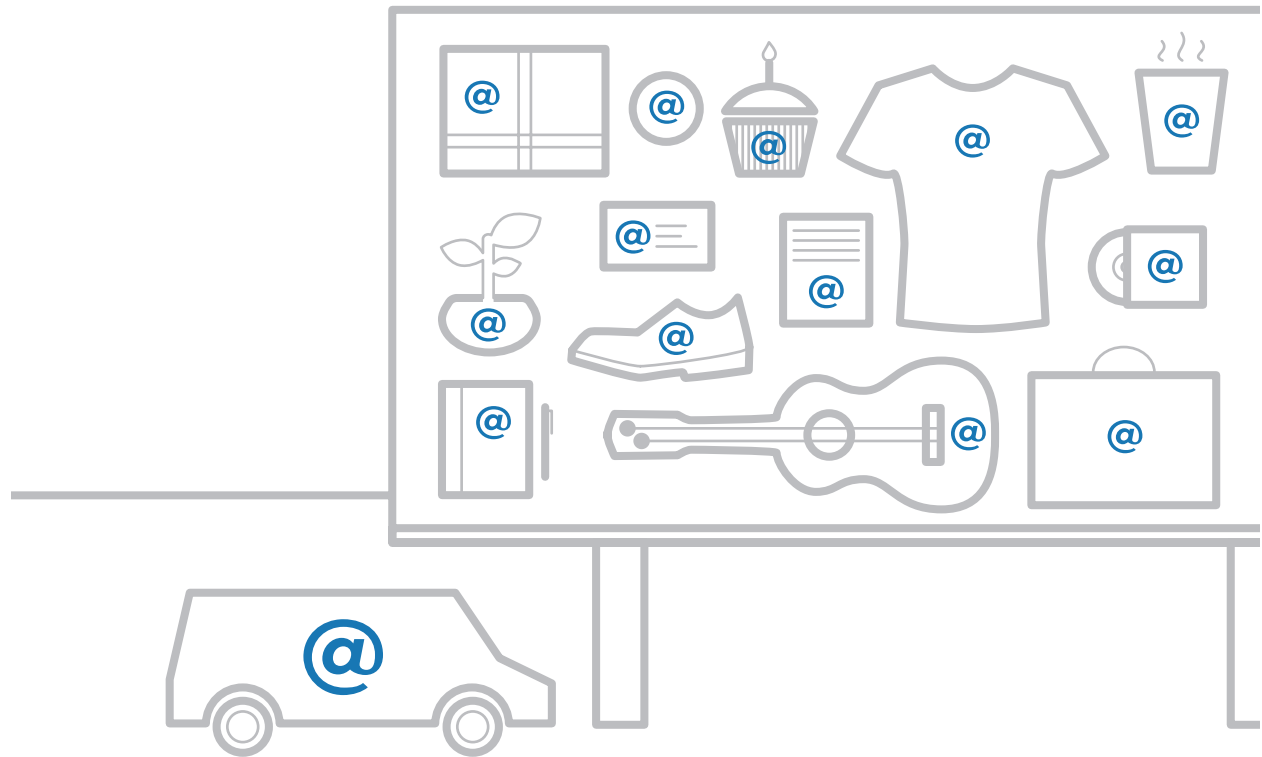
TESTEZ LES PUBLICITÉS TWITTER

DIX ÉTAPES POUR AMÉLIORER VOTRE TAUX D'ENGAGEMENT



Faites la promotion de votre @pseudonyme Twitter

Attirez plus d'abonnés en reliant expériences en ligne et hors ligne.



Il y a plusieurs manières de faire la promotion de votre @pseudonyme Twitter, en ligne et hors ligne : cartes de visite, signalisation, publicité, véhicules de livraison, packaging de produits, devantures de boutique, emails, site Web, etc. Tous les points de contacts avec vos clients sont des occasions de les inviter à vous suivre sur Twitter.

ASTUCE

Affichez votre @pseudonyme Twitter sur votre site Web et sur votre blog. Rendez-vous sur <https://about.twitter.com/fr/press/brand-assets> pour télécharger les logos Twitter et les consignes d'utilisation de la marque.



Utilisez vos abonnés pour en attirer de nouveaux

Lorsque vos abonnés Retweetent vos contenus, où lorsqu'ils tweetent à votre sujet, ils étendent votre portée à leur propres abonnés.

CRÉEZ UNE INCITATION



Bellechaussures
@FabChaussures

Lorsque nous atteindrons 2 000 abonnés, chaque abonné participera à un tirage au sort et pourra gagner une paire de nouvelle chaussures.

Créez des Tweets qui demandent à être Retweetés. Une méthode simple consiste à annoncer que vous offrirez une remise à tous ceux qui Retweetent votre offre, mais seulement si un certain nombre de Retweets est atteint (par ex. 10 ou 25 Retweets).

Offrez une récompense à vos clients lorsqu'ils mentionnent votre entreprise : une remise, un essai gratuit, un bonus etc. Il est judicieux d'insérer un lien vers les conditions générales de votre offre dans votre Tweet.

Si vous gérez une boutique, demandez simplement à vos clients de vous montrer le Tweet lors de leur passage en caisse. Si vous vendez en ligne, envoyez un code promotionnel via message privé à l'abonné concerné, qui pourra alors l'utiliser lorsqu'il passera sa commande.

ASTUCE

Les utilisateurs sont plus susceptibles de Retweeter une offre qu'ils jugent intéressante pour leurs propres abonnés.



Connectez-vous avec des entreprises qui vous ressemblent

Associer votre image à celle d'autres entreprises qui vous ressemblent est bon pour votre marque.

CRÉEZ UNE
CONVERSATION



Suivre des entreprises qui vous ressemblent, et afficher publiquement votre soutien sur Twitter a un effet positif sur l'image de votre entreprise. C'est aussi une bonne manière d'être certain de ne manquer aucune actualité au sujet de votre industrie. Positionnez-vous en tant que leader d'opinion en partageant vos idées et les contenus intéressants des acteurs de votre industrie avec vos abonnés.

Assurez votre notoriété et élargissez votre clientèle en mettant en place des opérations de promotion partagées et des concours impliquant d'autres entreprises à l'échelle locale.



Mesurez et maximisez votre impact

Testez et analysez différents types de Tweets pour savoir lesquels génèrent le plus d'engagement pour votre entreprise.

COMMENT SAVOIR SI VOS PERFORMANCES SONT BONNES ?

Une bonne manière de mesurer votre succès sur Twitter est d'observer le taux de croissance de votre base d'abonnés. Ce chiffre vous indique la croissance de votre audience, et donc votre capacité à vous connecter avec vos clients. Mais d'autres indicateurs sont à prendre en compte :

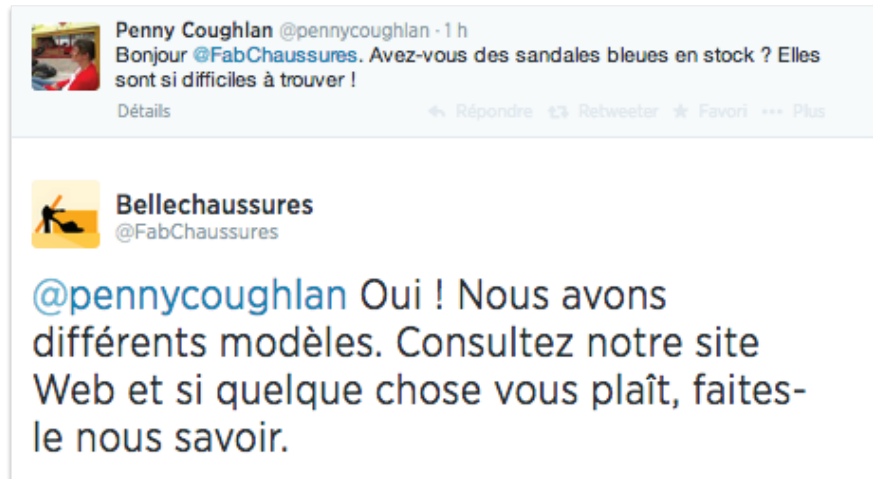
- Regardez si les gens Retweetent vos Tweets, ou les ajoutent à leurs favoris.
- Utilisez Google Analytics pour voir quelle part de la fréquentation de votre site Web est attribuable à Twitter, qui apparaît sous t.co (le service d'abréviation de liens de Twitter).
- Créez des promotions Twitter exclusives pour attirer de nouveaux clients ou inciter vos clients réguliers à revenir plus souvent.
- Enfin, posez la question à vos clients : est-ce qu'ils vous suivent sur Twitter ? Apprécient-ils cette expérience ?

En mesurant et en analysant votre impact sur Twitter, vous développerez des méthodes plus efficaces pour interagir avec votre audience, et ainsi soutenir votre activité.



Des usages innovants de Twitter

REPOUSSEZ LES LIMITES



Les entreprises du monde entier repoussent les limites de la communication et découvrent des manières innovantes d'interagir avec leurs abonnés en reliant leurs expériences en ligne et hors ligne. Voici quelques exemples pour vous inspirer :

- Donnez la possibilité à vos abonnés de commander vos produits et services directement sur Twitter.
- Gérez les réservations de tables et suivez les commentaires et réclamations de vos clients en temps réel depuis l'iPad de l'accueil.
- Créez le buzz autour des ouvertures de vos restaurants ou de vos magasins en diffusant leur @pseudonyme sur les panneaux et vitrines pendant les travaux.
- Invitez vos utilisateurs à « tweeter un café » pour que celui-ci soit prêt dès leur arrivée.
- Indiquez vos @pseudonymes sur les tickets de caisse pour encouragez vos clients à vous suivre sur Twitter pour obtenir plus d'informations et vous communiquer leurs commentaires à propos de leurs achats.
- Tweetez les plats du jour, les spécialités de la semaine et les nouveautés de la carte.
- Affichez le Tweet d'un client dans votre magasin et récompensez sa créativité en lui offrant un verre.



Testez la publicité sur Twitter

Une fois que vous êtes satisfait de la manière dont vous utilisez Twitter pour votre entreprise, augmentez votre impact grâce aux Publicités Twitter.

- **TOUCHEZ DES CLIENTS POTENTIELS.**

Diffusez votre message au-delà de vos abonnés en sponsorisant vos Tweets.

- **RECRUTEZ PLUS D'ABONNÉS.**

Développez rapidement votre communauté d'abonnés et profitez de la viralité en sponsorisant votre compte.

- **MESUREZ VOS RÉSULTATS EN TEMPS RÉEL.**

Suivez l'évolution de votre base d'abonnés et regardez comment les gens interagissent avec chacun de vos Tweets.

Créez un compte publicitaire sur ads.twitter.com.



Dix étapes pour augmenter votre taux d'engagement sur Twitter

1. VOUS VOULEZ PLUS D'ABONNÉS ? DEMANDEZ

Fixez un objectif et demandez à vos abonnés de vous aider à le réaliser en Retweetant votre demande. Affichez votre @pseudonyme dans votre magasin, sur vos cartes de visite et sur vos emballages pour encourager vos clients à vous suivre sur Twitter.

2. VÉRIFIEZ QUE VOTRE PAGE DE PROFIL SOIT CLAIRE.

Assurez-vous que les gens puissent accéder facilement aux informations concernant votre entreprise en affichant une description claire, votre adresse et un lien vers votre site Web sur votre profil.

3. ÉCOUTEZ

Utilisez notre fonctionnalité de recherche ou une application gratuite comme TweetDeck pour suivre ce que les utilisateurs disent à propos de vous ou de votre secteur.

4. RÉPONDEZ, RÉAGISSEZ, RETWEEETEZ

Réagir en temps réel aux commentaires peut faire des miracles. Ignorer un abonné fidèle peut détériorer une relation, tandis qu'un commentaire négatif bien géré peut faire d'un client mécontent votre plus grand fan.

5. TWEETEZ RÉGULIÈREMENT

Une fois que vous avez trouvé votre rythme sur Twitter, gardez la cadence. Téléchargez l'application Twitter sur votre appareil mobile pour tweeter facilement lors de vos déplacements.

6. TESTEZ ET MESUREZ

Les utilisateurs suivent des marques pour différentes raisons. Testez et analysez différents types de Tweets pour savoir lesquels génèrent le plus d'engagement pour votre entreprise.

7. SOYEZ VRAI

Les entreprises qui adoptent un ton franc, authentique et chaleureux sur Twitter observent les taux d'engagement les plus élevés.

8. JOIGNEZ LE GESTE À LA PAROLE

Les contenus qui comportent des photos, vidéos ou citations ont tendance à être plus souvent Retweetés. Votre forum est un peu impertinent ? Partagez une photo par jour pour divertir vos abonnés.

9. LANCEZ DES EXCLUSIVITÉS TWITTER

Annoncez une promotion pour inciter vos abonnés à tweeter à votre sujet. Partagez un code promotionnel à faire valoir en magasin ou lancez un concours pour élire le meilleur Tweet du jour.

10. POSITIONNEZ-VOUS EN TANT QUE LEADER D'OPINION

Tweetez au sujet de vos idées, vos principes et vos passions. Établissez des liens avec des entreprises qui vous ressemblent et avec les leaders de votre secteur, et partagez des articles et des liens pour inscrire votre entreprise dans son contexte.



