

de SMS et un chat publics, un réseau social ouvert... Une fois les principes et les définitions posés, que peut faire une entreprise avec Twitter ? D'une manière générale, on distingue trois types d'usages : la recherche d'informations, leur diffusion et l'échange.

Pour s'informer

Selon une étude menée par L'Atelier BNP Paribas en novembre 2009, la recherche d'informations serait la principale activité (à 51 %) des utilisateurs. Que ce soit pour suivre les dernières nouvelles politiques, sportives ou people, effectuer une veille sectorielle ou concurrentielle, Twitter est un outil unique. La majorité des utilisateurs du réseau l'emploie comme un agrégateur d'actualités, au point de le préférer fréquemment au traditionnel lecteur de flux RSS.

La transmission en temps réel permet de suivre un domaine particulier et d'être alerté dès qu'il se passe quelque chose. Le moteur de recherche Twitter remonte des informations récentes mais éphémères, là où Google renvoie plutôt des informations de référence mais pérennes. Si vous voulez savoir ce que l'on est en train de dire sur votre société, être prévenu dès qu'une nouvelle norme est publiée dans votre secteur ou qu'une nouvelle tendance apparaît dans votre spécialité, Twitter est l'outil idéal, pour peu que vous soyez connecté aux bonnes sources. Que vous soyez au service achats, ventes, ressources humaines, marketing, communication, recherche et développement ou à la direction, vous avez probablement une bonne raison de vouloir être tenu au courant de



Avec 98 000 abonnés, la marque Yves Saint Laurent (@Y_S_L) est en tête des entreprises françaises sur Twitter, tous secteurs d'activité confondus.

Les plus gros comptes Twitter d'entreprises françaises

COMPTE	ENTREPRISE	ABONNÉS(*)	ACTIVITÉ
@Y_S_L	Yves Saint Laurent	98 000	Luxe
@Ubisoft	Ubisoft	30 000	Edition de logiciels
@LaRedouteFr	La Redoute	28 500	Vente par correspondance
@Altaide	Altaide	27 200	Recrutement
@LouisVuitton_HQ	Louis Vuitton	10 500	Luxe
@OrangeBusiness	Orange Business Services	8 400	Télécoms
@Netvibes	Netvibes	6 800	Edition de logiciels
@AirFranceFR	Air France	5 500	Transport aérien

(*) Chiffres relevés au 20/04/2010.

l'actualité de vos fournisseurs, de vos partenaires et de votre activité en général, ou encore de vouloir suivre les experts et confrères dans votre domaine. Twitter est, en effet, un véritable outil de veille stratégique.

Pour diffuser de l'information

La majorité des très gros comptes Twitter sont des sites d'information (presse, blogs...), car ce réseau social est un canal de diffusion redoutable.

Mais toute entreprise a besoin de communiquer, pour annoncer de nouvelles offres, lancer des opérations spéciales, proposer des produits en direct ou des services à la vente... Les entreprises de services comme les compagnies aériennes pourraient ainsi utiliser ce média pour informer en temps réel les usagers de problèmes de retard, d'annulation, etc.

Le marketing via Twitter est une activité qui peut être très efficace mais qui peut aussi tourner au désastre s'il est perçu comme du spam. Dans son ouvrage *Boostez votre business avec Twitter*, Laurent Dijoux (@StrategiesWeb) préconise le marketing furtif : « Le meilleur moyen d'inciter les gens à acheter vos produits ou vos services, c'est de les motiver inconsciemment pour qu'ils passent à l'acte de leur propre chef. » Une démarche subtile, qui passe par une image et un positionnement cohérents, la mise en avant d'une expertise et l'entretien de la notoriété grâce à l'établissement d'une relation de confiance avec sa communauté.

Une autre tactique marketing consiste à présenter une image dynamique par une série d'actions. Les glaces Ben & Jerry's France (@benjerryfr) proposent



Avec l'interface TweetDeck, il est possible de voir ses correspondants Tweet d'un seul coup d'œil.