



**FACEBOOK & TWITTER 101 :  
UN GUIDE SIMPLE POUR UTILISER CES RÉSEAUX SOCIAUX**

**PRÉSENTÉ PAR : CARLA BEAUVAIS, CONSEILLÈRE EN COMMUNICATIONS**

# TWITTER 101

Avec ses 200 millions d'utilisateurs, il est impossible d'ignorer l'influence de Twitter et des avantages que son utilisation offre.

Voici un petit guide qui vous aidera à faire vos premiers pas sur Twitter.

## Qu'est-ce que Twitter ?

Twitter est un microblog qui permet de diffuser en temps réel des messages pouvant aller jusqu'à 140 caractères. On appelle ces messages des Tweets. Il est possible d'envoyer et de recevoir ces messages sous différentes plateformes : Internet, téléphone mobile, tablettes ou application de bureau tel que Tweetdeck par exemple.

## Comment adhérer à Twitter ?

Rien de plus simple ! Il suffit de vous rendre sur le site [www.twitter.com](http://www.twitter.com) et de vous créer un compte. Je vous conseille de choisir votre nom ou le nom de votre marque (groupe, organismes, etc.) pour que l'on puisse vous retrouver facilement. Petit conseil, si votre nom est assez long, trouvez un moyen de le raccourcir efficacement. Puisque ce dernier figurera dans votre décompte de 140 caractères plus il est long, moins vous aurez d'espace pour rédiger votre tweet. Notez qu'il est possible de changer de nom de profil à tout moment.

Avant de vous lancer, prenez le temps de faire des recherches pour trouver des comptes à suivre (votre entourage, journalistes, réseaux, etc.). D'une part, cela signalera votre présence aux autres utilisateurs, mais vous permettra également de vous familiariser avec ce nouvel outil.

## Comment tweeter ?

Rien de bien sorcier, vous écrivez un texte de 140 caractères maximum et ce, de la plateforme de votre choix. Que ce soit de votre portable, de votre tablette ou de votre ordinateur, il est très simple d'installer les applications permettant d'avoir accès à son compte Twitter. Hootsuite, Tweetdeck sont très populaires et efficaces, surtout pour gérer plusieurs comptes à la fois et ces différents profils sur les médias sociaux.

## Comment répondre à vos tweets ?

Vous pouvez envoyer un message direct et privé (DM) (seulement si cette personne vous suit) ou vous pouvez répondre publiquement (que son auteur vous suive ou non) en utilisant le format @profilnomutilisateur.

## Que signifie RT sur un message ?

RT vous permet de partager avec vos abonnés un contenu que vous jugez pertinent. Le RT a la même fonction que le transfert de courriel si on veut le comparer. Votre tweet doit commencer par RT suivi du nom de la personne qui a publié le contenu. Vous pouvez également modifier le message pour y ajouter votre propre commentaire. Ne pas oublier de laisser un espace entre le RT et le nom de l'utilisateur afin que ce dernier puisse voir que vous avez partagé son contenu. Twitter est un outil de bouche à oreille incroyable, il ne faut pas hésiter à partager des contenus intéressants.

## Comment augmenter le nom de ses abonnés ?

Il faut beaucoup de patience d'abord. Mais voici quelques astuces !

- Optimisez votre profil. Utilisez des mots-clés pertinents pour que l'on vous retrouve facilement avec l'outil de recherche.
- Ne pas mettre votre compte privé (impossible de vous retrouver)
- Ne parlez pas toujours de vous, soyez à l'écoute et prenez part aux conversations.
- Mettez-vous au service des internautes en partageant des informations intéressantes et en ne répondant aux questions que si vous avez une valeur ajoutée.
- Faites des liens vers du contenu photo ou vidéo pour illustrer et enrichir vos propos
- Utilisez des mots clés pertinents en fin de tweet (#hashtags) pour définir vos articles de façon à ce qu'ils soient plus faciles à trouver.
- Affichez et diffusez le lien de votre profil Twitter partout où vous le pouvez : site web, LinkedIn, Facebook, signature e-mail, etc.

## Suivre des internautes sur Twitter, comment et pourquoi ?

Suivre certaines personnes, c'est écouter ce qu'elles ont à dire. Pour suivre quelqu'un il suffit de cliquer sur le bouton Suivre. A cet instant, l'auteur du tweet reçoit un e-mail (si cette fonction est activée) l'informant que vous faites désormais partie de ses abonnés.

## Que signifie le # sur Twitter ?

Le symbole # indique un hashtag (mot-clé précédé du symbole #). De plus en plus de personnes les utilisent pour créer un espace de conversation et regrouper les tweets connexes sur des sujets, événements ou actualités. Un des plus populaires que je vous conseille pour débuter est le #followfriday ou #ff. Ce hashtag consiste à recommander les personnes à suivre. Une bonne façon d'entamer la conversation.

## Comment surveiller ce qui se dit sur Twitter ?

Bon nombre d'outils sont disponibles. Vous pouvez utiliser TweetBeep une sorte de *Google Alerts* dédié à Twitter qui vous permet de configurer des recherches par mots-clés. Vous pouvez être alerté par e-mail ou flux RSS dès l'apparition d'un message.

## Comment intégrer Twitter aux outils médias sociaux que vous utilisez déjà ?

**Twitter/Blogue :** Vous pouvez utiliser Twitterfeed pour créer automatiquement des tweets et des liens à partir des titres de votre blogue. Ils sont ensuite envoyés à tous vos abonnés Twitter.

**Twitter/Facebook :** Vous pouvez ajouter l'application Twitter à votre page Facebook. Mais je vous le déconseille fortement. Le langage des deux réseaux est complètement différent et parfois cela irrite énormément les usagers. Je vous conseille plutôt d'ajouter un Twitter Tab à votre Facebook et de rajouter votre compte Facebook à Twitter. De ce fait vous pourrez sélectionner les messages que vous voulez partager sur les deux plateformes.

## Les outils indispensables ?

Sur Twitter , Vous pouvez partager de simples messages, mais aussi des photos, des vidéos, des liens vers des sites internet, blogs, etc. Comme vous devez vous exprimer en 140 caractères maximum, il existe des « raccourcisseurs de liens » comme bit.ly ou goo.gl.

Que sont ces sites ? : Ces sites permettent de transformer l'URL d'une page internet, par exemple « <http://toniop.fr/2010/11/facebook-lance-sa-messagerie-messages/> » en petit lien « <http://bit.ly/MtYMi> » . Ainsi, ce lien ne vous prendra pas de place dans votre message Twitter.

Des systèmes du même type existent si vous souhaitez ajouter une image comme Twitpic : Vous choisissez votre photo sur votre ordinateur puis Twitpic vous fourni le lien à copier dans votre message Twitter.

# FACEBOOK 101

## Le groupe Facebook

Le groupe Facebook sert à **rassembler des individus** autour d'une idée, d'un sujet, d'un thème précis. Généralement, il sert à répondre à un objectif à **court terme**. Par exemple, il peut servir à rassembler une communauté pour une pétition. Un groupe Facebook, s'apparente souvent à **un forum de discussion** où les membres échangent autour d'un sujet précis.

## La page Facebook

La page Facebook a été créée spécialement pour les entreprises, les personnalités célèbres et les marques. Elles sont utilisées généralement pour **diffuser de l'information sur le long terme**.

## Conclusion

Les deux outils ont leurs avantages et leurs inconvénients. Toutes fois, avoir un groupe signifie **s'incruster** dans la vie des gens. En effet, le seul moyen d'informer les membres qu'il y a eu une mise à jour dans le groupe c'est de leur envoyer un courriel. Ce qui peut très facilement être considéré **comme du spam** et être **désagréable à long terme**.

En opposition, les nouveaux contenus de la page Facebook sont **visibles directement sur le mur des fans**. Ils n'ont pas besoin d'aller consulter la page pour voir s'il y a du nouveau. Par contre, s'ils ont beaucoup de mises à jour sur leur mur, ils peuvent facilement **ne pas voir la nouvelle actualité de votre page**. Il faut donc relancer de temps en temps.

Autre petite subtilité, si vous fermez votre compte personnel, pour X raisons, toutes vos pages Facebook sont **automatiquement fermées**, contrairement aux groupes Facebook qui **restent actifs**.

## Atteindre vos objectifs grâce à Facebook

### 1 - Créer une base de données

Facebook vous permet de rassembler des «fan» autour de votre marque et d'interagir avec eux. Vous pourrez alors obtenir plusieurs informations intéressantes.

- Quelle est la tranche d'âge de votre communauté,
- d'où viennent-ils,
- quels sont leurs centres d'intérêt,
- qu'est-ce qui les font réagir,
- etc...

## 2 - Continuer votre promotion

Facebook met à votre disposition plusieurs outils qui vous permettent de continuer votre campagne promotionnelle. Vous pouvez par exemple

- Promouvoir des articles traitant de l'actualité de votre entreprise
- Promouvoir vos produits en publiant des encarts ou des vidéos
- Promouvoir vos événements en invitant vos fans et leurs amis à vous rejoindre

## 3 - Écouter votre communauté et réagir rapidement

Facebook vous permet d'être proche de votre clientèle. De ce fait, vous pouvez alors savoir ce qui marche ou non et l'améliorer en écoutant les commentaires de votre communauté. Vous pouvez par exemple

- effectuer des sondages,
  - poser des questions ouvertes
  - récolter les différents commentaires
- etc...

## 4 - Montrer votre présence

Si vous publiez du contenu fréquemment sur Facebook, vos abonnés verront votre marque fréquemment. Et même s'il n'y a pas d'achat, de commentaires ou d'interaction, votre communauté saura que vous existez et ce que vous faites. De ce fait, aussitôt qu'eux ou leurs amis auront besoin d'un produit ou service qui fait partie de votre secteur d'activité, vous serez les premiers à qui ils penseront. Pourquoi ? Car ils vous voient fréquemment!

## 5 - Créer un lien privilégié

L'avantage de Facebook, c'est qu'il est simple d'interagir avec sa communauté. Vous pouvez aisément lancer des débats, discuter de tout et de rien et commenter mille et un contenus. Tout ça, en ayant sous les yeux la photo, le prénom et le nom de la ou les personnes avec qui vous interagissez. Vous connaîtrez ainsi personnellement votre clientèle et eux aussi vous connaissent. Vous avez donc la possibilité de créer un lien privilégié avec eux, un lien de confiance.

## 6 - Améliorer votre référencement

Facebook peut servir de passerelle entre votre communauté et votre site Internet. Chaque fois que vous publierez un article, un simple lien permettra de conduire votre communauté sur votre site Internet, sur votre blogue, sur la page d'une nouvelle ou d'un produit bien précis. De ce fait, vous augmenterez considérablement votre nombre de visites, donc votre référencement dans les moteurs de recherche.

### **7 - Trouver de nouveaux clients (publics) et/ou partenaires**

Facebook a la particularité de pouvoir rassembler plusieurs individus partageant le même centre d'intérêt. De ce fait, il existe plusieurs groupes de discussion, de réseautage ou autre autour d'un sujet spécifique. Ces groupes vous permettent ainsi de mieux cibler vos prospects et/ou vos nouveaux partenaires. Il vous sera alors facile d'entrer en contact avec l'ensemble des membres ou individuellement. Soit pour créer un lien, un échange ou les inviter à rejoindre votre page Facebook.

### **8 - Se tenir informer**

En ajoutant des fans, des amis, des collègues, des groupes, des prospects ou autre, vous serez en mesure de voir quasiment tout ce que ces derniers publient. De ce fait, vous serez alors tenu informé de leurs activités et pourrez même être invité à des événements ou autres groupes en tout genre. **Ce qui vous permettra alors d'élargir votre réseau.**

### **9 - Rester dans la course**

Aujourd'hui, la majeure partie des entreprises ont un site Internet. Ne pas en avoir n'est pas vraiment bien vu aux yeux des clients qui s'empresseront d'aller sur le site de votre concurrent si vous n'en avez pas. Aujourd'hui, c'est la même chose qui est en train de se produire sur les médias sociaux. Si vous n'avez pas une présence, vos clients trouveront cela étrange, peut-être dommage, et se laisseront alors séduire par vos concurrents.

### **10 - Fidéliser votre clientèle**

Facebook vous permet d'ajouter diverses applications existantes ou personnalisées. Vous pouvez utiliser ces outils pour créer une valeur ajoutée et ainsi fidéliser votre clientèle. Par exemple, la société Pizza Hut avait développé une application qui permet à ses fans de commander des pizzas dans le restaurant le plus proche, et cela, directement depuis la fan page de Facebook.

Bien entendu, Facebook ne permet pas d'atteindre uniquement ces 10 objectifs. Tout dépend ensuite de l'imagination de votre équipe marketing!

## Optimiser sa page Facebook

### 1 - Placer une bannière à la place du logo

Lors de [la création d'une page Facebook](#), vous avez la possibilité de placer le logo de votre entreprise comme avatar pour identifier votre page. Cependant, si vous voulez vous démarquer, il est intéressant d'y placer une bannière à la place (qui contiendra votre logo). Si un internaute effectue une recherche sur Facebook sur un thème précis et que votre page est listée, le fait d'avoir une bannière sera **beaucoup plus incitant qu'un simple logo** qui n'est pas toujours évocateur du contenu de votre page.

### 2 - Installer une page d'atterrissage

Avec l'application [Static FBML](#), il est possible d'ajouter des onglets et de les personnaliser avec du code HTML. De ce fait, vous pouvez créer un onglet Facebook, et y ajouter une grande image. Cela pourrait être

- la promotion du moment,
- 3 raisons de devenir fan,
- une présentation de votre page entreprise

Qu'importe ce que vous choisirez de mettre, **l'objectif est d'inciter l'internaute à devenir fan!**

### 3 - Ne lier pas votre page Facebook à votre compte Twitter

Facebook est fier de son application qui permet de republier automatiquement tout votre contenu sur Twitter. **NE CONFIGUREZ JAMAIS CETTE APPLICATION.**

En règle générale, les utilisateurs de Twitter, ne sont pas de grand fan de Facebook (C'est comme comparer des utilisateurs PC et MAC). De plus, lorsqu'un lien de votre compte Twitter dirige vers Facebook et que Facebook redirige vers votre blogue, cela a plutôt tendance à énerver les utilisateurs de Twitter qui garde une mauvaise image de vous.

### 4 - Indiquez vos sites Internet

Dans les informations concernant votre entreprise, il est possible d'entrer votre site Internet. Toute fois, **vous n'êtes pas limité à une seule adresse.** Alors, n'hésitez pas à entrer plusieurs adresses.

- votre site Internet,
- votre blogue,
- votre page YouTube,
- etc

Cependant, entrez uniquement des adresses qui ont un contenu unique et différent.

Si vous publiez le même contenu sur Facebook, LinkedIn et Twitter, entrez une seule adresse uniquement. Même si l'utilisateur s'abonne à tous vos comptes, cela ne vous apportera rien de diffuser la même information aux mêmes personnes, mais dans différents sites. **Vous ne ferez que perdre votre temps précieux.**



## 5 - N'invitez personne avant d'avoir finalisé votre page

Attendez d'avoir finalisé votre page avant de commencer la promotion de votre page d'entreprise. Une fois celle-ci terminée, **attendez encore une journée**. Revenez-y à tête reposée et soyez sûr que vous n'avez rien oublié, qu'il n'y a pas d'erreur et que tout va bien. Si vous commencez votre promotion et que votre page n'est pas encore totalement finie, **vous risquerez de perdre des internautes qui ne reviendront jamais**, car ils auront eu une mauvaise impression. Soyez donc patient et méticuleux.

Ça peut être bête, mais imaginez que vous installez une bannière ou une page d'atterrissage à votre page Facebook. Il va parfois vous falloir plusieurs essais avant d'être satisfait. Une fois que cela sera fait, il vous faudra alors supprimer, tous les essais qui ne vous auront pas convaincu. Si les internautes voient tout ça... **ils se demanderont ce que vous êtes en train de faire et seront même agacés que vous polluez leur mur ainsi.**

## 6 - Créer une page personnelle

Lors de la création d'une page entreprise sur Facebook, vous n'êtes pas obligé de créer une page personnelle pour accompagner votre page. Cependant, **votre page sera limitée sans compte personnel**. Si vous créez un compte personnel avec votre page entreprise, vous pourrez :

- rechercher et installer des applications Facebook
- Installer des widgets sociaux sur votre site (login, bouton j'aime, etc)
- effectuer des recherches sur Facebook.

Si vous ne désirez pas que votre compte personnel soit public, vous pouvez régler vos paramètres de confidentialité.

## 7 - Ajouter des pages que vous aimez

Un moyen pratique de faire la promotion d'un site Internet, c'est l'échange de liens. Il vous est possible de faire la même chose sur votre page Facebook. Vous pouvez aller sur une autre page et cliquer sur le lien «**Ajouter à mes Pages favorites**» pour que celle-ci soit présente sur votre page. Vous pouvez donc **négocier avec l'administrateur de la page pour qu'il fasse de même sur sa page**. Sinon, trouvez-vous un partenaire qui acceptera.

## 8 - Personnalisez votre adresse

Une fois que vous avez créé votre page Facebook, vous avez une adresse de ce type :

<http://www.facebook.com/pages/Montreal-QC/Creation-DLN/145009842179209>

Ce qui n'est pas très évident partager oralement...

Toute fois, dès que vous aurez dépassé **les 25 membres**, vous pourrez alors créer une adresse personnelle et pourrez ainsi obtenir une adresse de ce type. Notez qu'après 100 adeptes, vous ne pouvez plus changer l'URL de votre page