

PAR KIM PITTAWAY, Rédactrice et conseillère [Twitter: @kimpittaway]

COMMENT VOTRE MAGAZINE PEUT TIRER PARTI DE TWITTER

QUE VOUS OUVRIEZ un nouveau compte Twitter pour votre magazine ou que vous essayiez de tirer plus efficacement parti de votre compte Twitter existant, suivez ces stratégies pour tirer le maximum de votre démarche.

POURQUOI UTILISEZ-VOUS TWITTER?

Plusieurs magazines se lancent sur Twitter dans déterminer clairement pourquoi ils le font ou encore les objectifs qu'ils poursuivent.

1. Écoutez : Prêtez l'oreille aux spécialistes et vous pourrez ainsi faire le point sur les tendances qu'ils relèvent, les articles qu'ils surveillent et les idées qu'ils proposent. Comment pouvez-vous les trouver?

- Faites des recherches par mots-clés : Si vous joignez dièse (signe #) au mot-clé que vous recherchez, vous trouverez des utilisateurs qui marquent délibérément leurs messages pour indiquer qu'ils se rapportent à un sujet particulier, par opposition à l'ensemble des utilisateurs qui ont utilisé ce mot dans leurs messages Twitter.
- Examinez les listes : Une fois que vous avez trouvé le spécialiste d'un sujet, vérifiez s'il est inscrit à d'autres listes (cliquez sur le lien Listes de son profil). Vérifiez également les recommandations « Similaire à » sur Twitter.
- Surveillez le site wefollow.com : Entrez un mot-clé et wefollow.com produira une liste des comptes Twitter les plus influents et les plus suivis qui sont associés à ce mot-clé.

2. Réseau : Faites ensuite du réseautage en utilisant Twitter.

- Nourrissez vos liens Twitter de façon stratégique : Suivez les activités de ceux et celles que vous souhaitez voir vous suivre et relancez leurs messages de façon sélective. S'ils passent en revue les correspondants qui consultent régulièrement leur contenu, votre nom figurera dans leur liste.
- Affichez de l'information intéressante : Bien sûr, une fois qu'ils vous auront remarqué, vous voudrez qu'ils voient que vous ajoutez de la valeur aux échanges sur Twitter.
- Envoyez-leur des messages : Posez-leur une question, dirigez-les vers un contenu qu'ils pourraient avoir manqué, commentez leurs affichages.

3. Promotion : Rappelez-vous que ceux qui vous suivent s'attendent à ce que vos messages soient une source de valeur, et non un flux interminable d'autopublicités. Cela dit, le contenu de votre magazine est une source de valeur pour vos lecteurs, et c'est pourquoi il est recommandé de fournir des liens vers vos articles dans vos messages. Assurez-vous également de fournir des liens vers des articles de nouvelles, des blogues, des vidéos ou d'autre contenu en ligne lié aux champs d'intérêt de votre magazine.

4. Tissez des liens : Twitter est un outil de conversation, et non de diffusion. Ceux qui vous suivent s'attendent à ce que vous les écoutiez et leur répondiez. Pensez à susciter leurs commentaires sur des sujets précis : idées d'articles, commentaires sur vos couvertures, réponses à des questions.

5. Vendez : L'autopublicité sans fin peut désintéresser les utilisateurs de Twitter, mais une offre spéciale d'abonnement sur Twitter peut être perçue comme un avantage plutôt que comme un irritant. Créez un sentiment d'urgence en limitant la durée de l'offre pour inciter les personnes qui vous suivent à passer à l'action rapidement. Certains magazines en ligne présentent également des messages publicitaires dans leurs flux Twitter. Si vous adoptez cette stratégie, la clarté est de mise : ajoutez le mot « annonce » ou « promo » entre parenthèses à la fin du message Twitter.

QUE DEVRIEZ-VOUS PRÉSENTER SUR TWITTER?

Nous avons traité de certaines possibilités ci-dessus, mais qu'est-ce qui sera remarqué, cliqué ou retransmis par les autres correspondants?

1. Émotion=distribution. Un certain nombre d'études portant sur le contenu des médias sociaux ont démontré que le contenu riche en émotions, tout particulièrement en émotions positives, est plus susceptible d'être retransmis aux autres utilisateurs. Anatoliy Gruzd, de l'université de Dalhousie, a passé en revue 46 000 messages Twitter portant sur les Jeux olympiques de Vancouver et a découvert que les messages Twitter positifs étaient retransmis en moyenne 6 fois, alors que les messages négatifs ne l'étaient que 2,6 fois, et les messages neutres 2,2 fois. Un indice de la probabilité que votre contenu pourrait être retransmis souvent : si vous

 TÉLÉCHARGEZ D'AUTRES FICHES-CONSEILS SUR magazinescanada.ca/culturels/hotsheets



avez l'impulsion d'écrire « Wow! » ou « Super »! au début du message sur Twitter, il y a de bonnes chances que le contenu suscite l'émotion recherchée.

2. Les liens augmentent la probabilité que votre message soit retransmis. Vous voulez promouvoir le contenu de votre magazine, bien que vous n'ayez pas affiché l'article au complet en ligne? Une bonne stratégie consiste à rédiger un message de blogue au sujet de l'article : la clé est de faire valoir les points clés ou de fournir de l'information sur les coulisses, puis de produire des messages Twitter sur le contenu affiché dans le blogue. Vous susciterez du trafic dans le blogue, ce qui contribuera à promouvoir l'article du magazine.

3. L'information privilégiée exerce un attrait certain. Ceux qui vous suivent sur Twitter veulent une information exclusive sur vous. Partagez certains de vos processus de publication. Suscitez une curiosité enthousiaste pour le contenu à venir en affichant des messages sur les entrevues, les prises de photos ou les dossiers en préparation.

4. Les routines et la structure sont efficaces. Best Health affiche un Conseil du jour. This Magazine présente des suivis du mardi. D'autres médias organisent des sessions de « clavardage » où les éditeurs sont disponibles pour répondre aux questions. L'envoi périodique d'un contenu d'une catégorie particulière, à la même heure ou le même jour établit une routine que ceux qui vous suivent adoptent.

5. L'heure de la journée compte. Une recherche menée par Dan Zarrella de HubSpot a analysé les données Twitter d'une période de deux ans et a conclu que l'affichage de message sur Twitter plus tard l'après-midi et les week-ends produit plus de clics parce que la concurrence est moins présente pour susciter l'attention des correspondants. Les réactions

aux messages sur Twitter sont plus nombreuses entre 14 h et 17 h. De plus, si vous souhaitez susciter du trafic sur votre site, l'affichage d'un maximum d'un message sur Twitter par heure suscite une plus grande fréquence d'interaction. Vous ne voulez pas être rivé à votre table de travail? Utilisez un outil de gestion des médias sociaux (voir ci-dessous) pour programmer vos affichages sur Twitter d'avance.

COMMENT POUVEZ-VOUS UTILISER TWITTER EFFICACEMENT?

La plupart d'entre nous avons suffisamment de travail pour remplir nos journées. Comment alors ajouter Twitter à nos activités?

1. Puisez dans un bassin de contenu. Utilisez un « lecteur de nouvelles » tel que Google Reader pour passer en revue les flux RSS de sites et blogues ayant une affinité avec votre contenu. Vous pourrez ainsi passer vos flux en revue, en tirer des articles pertinents pour Twitter et passer l'information à ceux qui vous suivent.

2. Utilisez un outil de gestion des médias sociaux. Familiarisez-vous avec des outils tels que HootSuite, Seismic, Tweetdeck, Postling et d'autres. Tous sont conçus pour simplifier l'affichage de messages sur Twitter et sur d'autres médias tels que Facebook à l'écran. Ils offrent divers outils d'analyse qui peuvent vous aider à surveiller l'efficacité de votre utilisation de Twitter.

3. Surveillez le résultat de vos efforts. Utilisez les outils d'analyse afin de déterminer lesquels de vos messages sur Twitter suscitent du trafic, lesquels sont les plus susceptibles de susciter des réactions et rajustez votre stratégie en conséquence. Utilisez les outils d'analyse de votre site Web pour faire le suivi des références Twitter et surveillez les retombées de vos messages Twitter en analysant les visites obtenues.

 DOWNLOAD MORE HOTSHEETS AT magazinescanada.ca/cultural/hotsheets