

10 erreurs trop fréquentes sur

twitter

(des quelques)

Par Simon Forgues

Agent, développement et communications
Alliance des radios communautaires du Canada

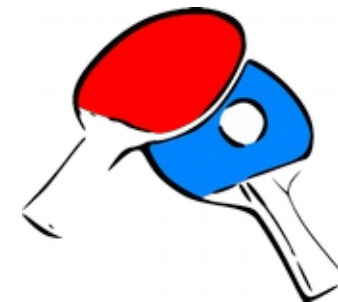
10 (des quelques) erreurs trop fréquentes sur Twitter

- **S'abonner juste pour... s'abonner** (Page 3)
- **Publier constamment le même type de contenu** (Page 4)
- **Relier sa page Facebook et son compte Twitter** (Page 5)
- **Monologuer plutôt que dialoguer** (Page 6)
- **Partager des nouvelles insipides et inutiles** (Page 7)
- **Ne pas changer sa photo ni compléter sa biographie** (Page 8)
- **Remercier trop ou, à l'inverse, pas assez souvent** (Page 9)
- **Mettre trop de mots-clics, les fameux « *hashtags* »** (Page 10)
- **Écrire trop ou, à l'inverse, pas assez régulièrement** (Page 11)
- **Relayer des infos sans en vérifier l'exactitude** (Page 12)



ERREUR 1

S'abonner juste pour... s'abonner



S'abonner ou, comme on dit sur Twitter, suivre des comptes sans discernement juste dans l'espoir qu'ils vous suivent en retour peut sembler une très bonne idée, mais ce n'est pas tout à fait le cas.

Oubliez ce que vous suggèrent certains gourous des médias sociaux. C'est simplement une fausse « bonne idée ». Sincèrement. Personnellement, j'appelle ça jouer au ping-pong.

Les utilisateurs Twitter peuvent suivre **un total de 5 000 personnes**. Pour franchir cette limite et vous abonner à davantage de monde, il faudra donc avoir un nombre significatif d'abonnés.

Sinon, on refusera tout simplement que vous vous abonniez à davantage de personnes. Ne pensez pas franchir cette limite si vous n'avez qu'une poignée d'abonnés.

Que vous souhaitiez suivre en retour des gens qui s'abonnent à votre compte, on peut comprendre. Après tout, n'est-ce pas le but des réseaux sociaux? Suivre et être suivi en retour. Mais, attention! Les comptes auxquels vous êtes abonnés sont très révélateurs.

Songez à l'image que projetera l'entreprise si vous suivez des comptes d'actrices XXX ou encore des sites de ventes d'abonnés Twitter simplement parce qu'ils viennent de s'abonner à votre compte. Oui, sur Twitter, ça arrive que des gens aillent jeter un œil à vos abonnements. Ah, tiens! Ma radio préférée est abonnée à 10 comptes de danseuses nues. Euh! Bizarre.

En conclusion, suivez avec pertinence et de manière aussi réfléchie que possible. Ne gaspillez pas vos abonnements. C'est mon humble avis.

ERREUR 2

Publier constamment le même type de contenu

La variété n'a jamais fait de mal à personne.

C'est vrai dans la vie réelle comme dans la vie virtuelle. Les dangers de publier constamment le même type de contenu sont nombreux. Vos abonnés finiront bientôt par masquer vos publications (oui, c'est possible) ou, pire encore, carrément se désabonner.

Vous perdrez de votre influence et, conséquemment, vos publications n'attireront plus personne sur votre site Web.

Variez vos messages tout en restant dans le cœur de vos activités et en ciblant vos plages horaires qui sont les meilleures. Ce n'est pas parce que vous variez vos styles de publications que vous devez forcément vous éloigner de votre champ de compétence. Parlez de ce que vous connaissez.

Tel jour est sans doute plus propice aux images drôles, comme le vendredi à quelques heures du week-end. Un GIF d'une personne qui danse en écoutant la radio, par exemple. Telle autre journée pourrait être plus intéressante pour le conseil de la semaine.

Faites des essais. Vous constaterez rapidement quels sont vos messages qui fonctionnent le mieux et quelles journées ils connaissent le plus de succès.

N'oubliez pas aussi de partager de temps en temps les messages des autres auxquels vous êtes abonnés, sinon vous risquez de passer pour l'égoïste qui ne se soucie pas des autres.



ERREUR 3

Relier sa page Facebook et son compte Twitter

Non, ce n'est pas une bonne idée de relier sa page Facebook à son compte Twitter.

Plusieurs organisations croient à tort qu'en publiant automatiquement leurs messages Facebook dans leur Twitter, elles combleront leur faible activité ou même leur absence complète de Twitter.

Ça ne donne rien si vous n'avez pas le temps d'interagir avec vos abonnés.

Mon conseil : tant qu'à posséder un compte Twitter et de le relier à votre compte Facebook, vous êtes aussi bien de ne rien publier si vous êtes pour ne pas répondre.

Vous pouvez créer votre compte Twitter de telle façon que personne ne s'appropriera l'identité de l'entreprise mais n'y publiez rien si vous n'avez pas l'intention de l'entretenir. Tout simplement.

Les médias sociaux impliquent une notion de dialogue qu'il vaut mieux ne pas négliger. Si vous ne voulez pas dialoguer, alors ne faites rien pour engager le dialogue.

Si vous n'êtes pas encore convaincus, on vous invite alors à relire le billet de blogue intitulé ***Facebook et Twitter liés : autopsie d'une mauvaise idée*** qui est paru en octobre 2015 sur notre site Web.



ERREUR 4

Monologuer plutôt que dialoguer

Vous êtes peut-être très actif dans Twitter. Bravo! Mais si vous ne faites que parler sans jamais écouter ni répondre aux autres, votre aventure ne sera sûrement pas des plus agréables.

On serait porté à croire que Twitter n'est qu'un fil d'actualités qui défilent les unes à la suite des autres. Or, il s'agit aussi d'un lieu de découverte et de partage d'expertise où les utilisateurs n'hésitent pas à dialoguer entre eux.

Avouons qu'à 140 caractères maximum, ça fait des phrases courtes. Ça ne veut pas dire qu'il faille rester muet aux questions et commentaires des abonnés pour autant.

Si je vous disais que certaines entreprises y tiennent un service à la clientèle presque 24/7, seriez-vous surpris? D'autres y organisent des sessions de clavardage en direct.

Une chose est certaine, c'est une bien mauvaise idée que de ne pas répondre si l'on vous adresse la parole. On vous pose des questions? Répondez.

On vous critique? Restez poli. Gardez votre sang-froid, et, au pis aller, inviter la personne à vous joindre par courriel ou en messagerie privée pour ne pas encombrer le fil Twitter.

Mais, de grâce, ne demeurez pas sans voix. C'est la pire chose à faire dans Twitter et on en voit malheureusement plusieurs comme ça.

ERREUR 5

Partager des nouvelles insipides et inutiles

Oui, les photos de chats, ça fonctionne très bien sur Facebook. Les nouvelles rocambolesques et les faits divers aussi. Sur Twitter en revanche, ça prend un peu plus que ça pour se constituer un public et favoriser le dialogue.

Partager des nouvelles sans lien avec votre secteur d'activité, voilà une excellente manière de déplaire à plusieurs de vos abonnés qui vous suivent parce qu'ils sont convaincus que vous êtes des pros de votre domaine.

Vous êtes des experts de votre province entre autres. Alors, publiez des photos d'attrait touristiques de votre coin de pays et transformez-vous en ambassadeur de la région au lieu de faire la promo d'autres endroits du monde ou de nouvelles insolites purement inutiles.

Vous êtes aussi des pros de l'information locale et régionale. Relayez vos nouvelles plutôt que celles d'autres médias.

Au risque de me répéter, pourquoi vos abonnés vous suivent-ils sur Twitter?

Parce qu'ils s'attendent entre autres à recevoir des messages d'alertes sur des événements exceptionnels comme de grosses tempêtes hivernales ou des accidents majeurs. Parce qu'ils croient que lors de la séance du conseil municipal, c'est votre journaliste qui leur dira si tel règlement municipal a été adopté ou pas. Bref, laissez les potins de côté et positionnez-vous en tant que leader de votre collectivité voire même de la province.

ERREUR 6

Ne pas changer sa photo ni compléter sa biographie

La première chose à faire quand on ouvre un compte Twitter, c'est d'abord de rédiger une biographie explicative et, d'autre part, de mettre une photo qui nous représentera.

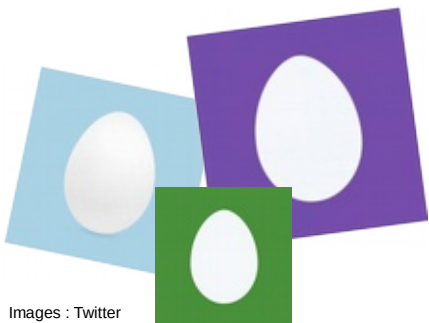
Dans le cas d'une entreprise, on prendra soin d'inclure un descriptif des activités de l'entreprise, sa position géographique (ville et province) et quelques informations supplémentaires si on a de l'espace. La limite? 160 caractères maximum.

On peut être très sérieux ou encore un peu rigolo, c'est selon l'image qu'on souhaite projeter. Une chose est certaine toutefois, inscrivez quelque chose.

Pour l'image, choisissez quelque chose de significatif. Le logo de l'entreprise notamment. Surtout, évitez les photos protégées par le droit d'auteur. Pas de photos de vedettes connues ou même de personnages évidemment.

Gardez en tête que les gens qui visitent votre page de profil Twitter baseront leur opinion sur la pertinence de vous suivre ou pas à partir de ce qu'ils verront.

Mettez une photo à la place de l'œuf et inscrivez une bio qui donnera le goût de s'abonner.



ERREUR 7

Remercier trop ou, à l'inverse, pas assez souvent

Il n'est pas nécessaire de dire merci à chaque fois que quelqu'un partage vos publications, mais de l'autre côté, il ne faut pas non plus être avare de remerciements.

Le secret est de savoir doser. Certains abusent, alors que d'autres ont l'air de vivre seuls dans leur petit univers. Jamais un merci. Jamais une salutation de reconnaissance.

Sachez d'abord qu'on n'a pas besoin de remercier systématiquement la douzaine de personnes qui partagent l'un de nos messages et encore moins un message qu'on a soi-même repartagé de quelqu'un d'autres.

Toutefois, si quelques utilisateurs influents du réseau vous donnent un sérieux coup de pouce pour faire tourner un message important, ce serait une bonne idée de leur adresser de petits remerciements à l'occasion. Ce sont quand même leurs milliers d'abonnés qui donneront écho à vos publications. C'est important de le rappeler.

Des salutations impromptues, ça fait très bien le travail aussi. Des thématiques, tiens. Un salon de l'agriculture est organisé dans votre région? Saluez quelques-unes des entreprises agricoles qui y tiennent un kiosque et remerciez-les de vous suivre dans Twitter si elles y sont aussi.

On n'a pas forcément besoin d'être un vendredi et de faire un [#followfriday](#) pour saluer et remercier. Bien fait, c'est possible en toutes circonstances mais sans en abuser, rappelez-vous.

ERREUR 8

Mettre trop de mots-clics, les fameux « *hashtags* »

La preuve a été faite à plusieurs reprises. Trop de mots-clics (hashtags) tue les mots-clics.

Une règle élémentaire : s'il y plus de mots-clics que de mots, vous faites fausse route.

Les chances que votre message soit redistribué diminuent au fur et à mesure que vous ajoutez des mots-clics. Un ou deux, peut-être trois au maximum suffiront, mais pourvu qu'il soit bien choisis et assez significatifs. Même trois, je dirais personnellement que c'est déjà beaucoup.

Ne jamais abuser des mots-clics de façon ironique ou en plaisanterie. C'est drôle un moment, mais ça ne projette pas une très bonne image.

Au lieu de surcharger votre messages de mots-clics, n'en utilisez plutôt qu'un ou deux mais savamment choisis. Vous pourriez même en inventer qui sont distinctifs et significatifs.

Des acronymes comme #TLMEP pour *Tout le monde en parle* fonctionnent mieux que des phrases longues sans queue ni tête.

D'ailleurs, les phrases transformées en mots-clics trop longs sont à proscrire.

#DecompteARCANB pour promouvoir le décompte de l'Association des radios communautaires acadiennes du Nouveau-Brunswick fonctionnera mieux et sera plus facile à mémoriser que #LeMeilleurDecompteRadioEnAcadie. C'est long et ça ne se retient pas forcément. En fait, c'est juste NON. On rappelle : PAS TROP de mots-clics et PAS TROP LONGS non plus.

ERREUR 9

Écrire trop ou, à l'inverse, pas assez régulièrement

S'il y a une erreur à éviter, c'est bien celle-là. C'est comme dans une conversation en groupe ou même en tête-à-tête. Les verbomoteurs qui ne laissent pas parler les autres attirent rarement la sympathie. À l'inverse, les timides qui ne parlent pas n'attirent pas non plus l'attention.

Ça prend de la constance. Mieux vaut publier de temps en temps mais à intervalles réguliers, que de ne publier que rarement mais tout en une seule journée.

Seule une poignée de comptes peuvent se permettre de publier continuellement, comme les agences de presse notamment dont les nouvelles défilent en continu. On s'y attend.

Quelques publications à tous les jours selon un horaire prédéterminé permet de fidéliser un auditoire intéressé beaucoup plus facilement et rapidement que si vous publiez sans discernement à n'importe quel moment.

Sur Twitter, pour nous, ça fonctionne relativement bien tôt le matin avant que les gens entreprennent leur journée d'ouvrage et en milieu d'après-midi à peu près de 13:30 à 16:00.

De temps en temps, la soirée peut aussi fonctionner, mais on essaie de s'immiscer dans l'événementiel et de publier des messages pertinents qui s'inscrivent dans l'air du temps. Ce fut le cas notamment lors de la soirée de débat électoral alors que nous avons publié à quelques reprises des messages pertinents à l'événement et en prenant soin évidemment d'utiliser le mot-clic en lien avec le fil de la discussion.

ERREUR 10

Relayer des infos sans en vérifier l'exactitude

On ne compte plus la quantité de morts, de disparitions ou encore de démissions et de congédiements qui se sont finalement avérés faux sur Twitter, simplement parce que des gens ont repartagé un message qui s'est finalement avéré inexact.

Il en va de la réputation de votre organisation. Avant de relayer quoi que ce soit, veillez à vérifier l'exactitude des faits. Très, très, très important. De grâce, ne passez pas à côté de la cible.

Il m'arrive quelquefois de vérifier certains messages qui m'apparaissent incorrects et de le signifier à la personne qui l'a publié en lui offrant la source qui corrige et rétablit les faits.

C'est juste une question d'éthique professionnelle. Pour enrayer la désinformation.

On veut souvent partager rapidement pour ne pas avoir l'air de manquer le bateau. Mais croyez moi, à moins que vous ne soyez vous-même sûr et certain que l'information est véridique, vérifiez deux fois plutôt qu'une avant de relayer des nouvelles instantanées qu'on trouve dans Twitter.

En agissant avec professionnalisme et en refusant de repartager des messages qui ne sont pas vérifiés, vous projetterez ainsi l'image d'une organisation avec une bonne éthique sur laquelle on peut compter pour relayer des informations crédibles.

