



2022

**PLANIFICATEUR
TWITTER**

@TwitterBusiness

Contenu

Premiers pas

- Planifiez à l'avance
- Trouvez votre personnalité sur Twitter
- Un mois de Tweets

Planification mensuelle

- Objectifs mensuels
- Tweets organiques mensuels
- Tweets Sponsorisés mensuels
- Réflexion mensuelle

Ressources utiles

- Astuces de pro
- Bonnes pratiques en matière de contenu
- Idées de Tweets
- Idées de Website Button
- Des hashtags pour chaque jour de la semaine
- Idées de questions sur Twitter
- Pistes de réflexion pour les vidéos
- Ciblage des publicités Twitter
- Optimisation des campagnes
- Créez votre compte Publicitaire Twitter

Premiers Pas

Planifiez à l'avance

Réfléchissez aux moments, occasions et événements clés auxquels votre marque peut s'associer cette année

Créez votre calendrier des événements et occasions clés

Pour vous inspirer, consultez le calendrier marketing 2022 sur business.twitter.com/fr



JANV.

JUILL.

FÉV.

AOÛT

MARS

SEPT.

AVR.

OCT.

MAI

NOV.

JUIN

DÉC.

Trouvez votre personnalité sur Twitter

01 Mettez des garde-fous en place

Définissez les consignes à suivre pour vos Tweets. Votre créativité pourra ainsi s'exprimer de manière sûre

Texte

Mots, phrases et sujets à intégrer

Multimédia

Éléments à intégrer dans les images ou vidéos

Émojis

Émojis pouvant être utilisés

Mots, expressions et sujets à proscrire
(Noms de vos concurrents ? Anciens slogans d'entreprise)

Éléments à proscrire dans les images ou vidéos
(Matériel sous licence ? L'intérieur d'un bar est ok, mais quelqu'un qui boit trop ?)

Émojis à proscrire
(Armes ? Représentation genrée ?)

Sur l'échelle
du piquant :



Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail 

Trouvez votre personnalité sur Twitter

01 Mettez des garde-fous en place

Définissez les consignes à suivre pour vos Tweets. Votre créativité pourra ainsi s'exprimer de manière sûre

Si votre marque était une personne...

Son restaurant préféré serait _____

Sa tenue favorite serait _____

Sa devise serait _____

Son émoji de prédilection serait _____

Au café, elle commanderait _____

Le fond d'écran de son téléphone serait _____

Le numéro de téléphone qu'elle appellerait le plus serait celui de _____

Son animal de compagnie serait un/une _____ nommé(e) _____

L'album qu'elle écouterait le plus serait _____

Et plus précisément

Après une interaction avec votre marque, les utilisateurs devraient se sentir _____

Deux mots qui me viennent à l'esprit quand je pense à ce sentiment sont _____ et _____

Une marque qui me fait me sentir ainsi est _____

Le ton de cette marque est _____ et _____

Faites son portrait

Si votre marque était une personne, à quoi ressemblerait-elle ?

Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail 

Un mois de Tweets

Nous vous proposons quelques idées pour commencer
- ajoutez vos notes dans l'espace disponible

Lundi

Mardi

Mercredi

Jeudi

Vendredi



FAQ



Retweet



Astuce de pro



Retweet
avec un commentaire



Photo des coulisses



LundiMotivation



Contenu important



Gif



Statistique



Mème



Question Twitter



Posez une question



WednesdayWisdom



Tweet passé performant
Tweet



Dédicace



Nouvelles positives sur
la marque



Contenu généré par
les utilisateurs



Vidéo



Passer en direct



Mot d'esprit

[Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail](#)

Planification mensuelle

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 JANV.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Ayez les points suivants à l'esprit

Tweets Sponsorisés **2022** JANV.

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22 JANV.**

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 FÉV.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22 FÉV.**

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 MARS

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Ayez les points suivants à l'esprit

Tweets Sponsorisés **20 22** MARS

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30	31			

Ayez les points suivants à l'esprit

2022 MARS

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 AVR.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22 AVR.**

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 MAI

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22 MAI**

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 JUIN

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Ayez les points suivants à l'esprit

20 22 JUIN

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 JUIL.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1				2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Ayez les points suivants à l'esprit

Tweets Sponsorisés **20** **22** **JUILL.**

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1				2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22** JUILL.

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 AOÛT

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Ayez les points suivants à l'esprit

Tweets Sponsorisés

2022 AOÛT

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Ayez les points suivants à l'esprit

2022 AOÛT

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 SEPT.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Ayez les points suivants à l'esprit

Tweets Sponsorisés **20** **22** **SEPT.**

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22** SEPT.

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 OCT.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22** OCT.

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 NOV.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22 NOV.**

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Objectifs clés

--

Comment les atteindre

--

Indicateurs Twitter

	Tweets	Impressions	Visites du profil	Mentions	Nouveaux abonnés
Audience					
Résultats					

[Accéder aux Statistiques Twitter](#) 

2022 DÉC.

Tweets organiques

Planifiez vos Tweets organiques et la gestion de votre communauté pour le mois à venir.



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Ayez les points suivants à l'esprit

Programmez vos Tweets Sponsorisés en fonction de vos prochaines campagnes



Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Ayez les points suivants à l'esprit

**20
22 DÉC.**

Réfléchissez

Ce qui a marché

Ce qui a moins bien fonctionné

Enseignements et opportunités

Ressources utiles

#Astucesdepro

Actualisez votre profil

Un profil à jour informe votre audience sur l'actualité de votre marque

Intégrez des médias

Les images, les GIF et les vidéos courtes boostent les taux d'engagement

Créez des listes

Tirez parti de fils personnalisés contenant les Tweets de comptes de votre choix

Tirez parti des outils Twitter

Générez plus d'engagement grâce aux Discussions, aux Polls et aux Spaces

Des astuces permanentes et exploitables pour affiner et renforcer votre présence sur Twitter

Utilisez les Website Buttons

Par rapport à l'indication d'une simple URL dans un Tweet, ils boostent les clics organiques.

Testez divers textes et contenus

Ne vous contentez pas d'un seul contenu pour tout, car différentes audiences interagissent avec différents Tweets

Ciblez de manière créative

Élargissez votre stratégie de ciblage en étendant votre portée

Essayez différents CTA

Aidez vos Tweets à se démarquer et apprenez ce qui incite le plus votre audience à agir

Testez et optimisez

Faites des essais. Faites des tests pour déterminer ce qui fonctionne pour vous et vos campagnes.

Campagnes vidéo

Ajoutez de la vidéo pour une meilleure mémorisation de votre message.

Bonnes pratiques en matière de contenu

Mettez votre contenu en valeur

Le texte d'un Tweet efficace :

- Est concis et précis
- Comprend un appel à l'action
- Est humain et conversationnel
- Donne des remises en % (et non un montant en devise)
- Crée un sentiment d'urgence (par ex., « limité dans le temps »)
- Évite de distraire votre audience avec des hashtags

Les images de Tweet engageantes :

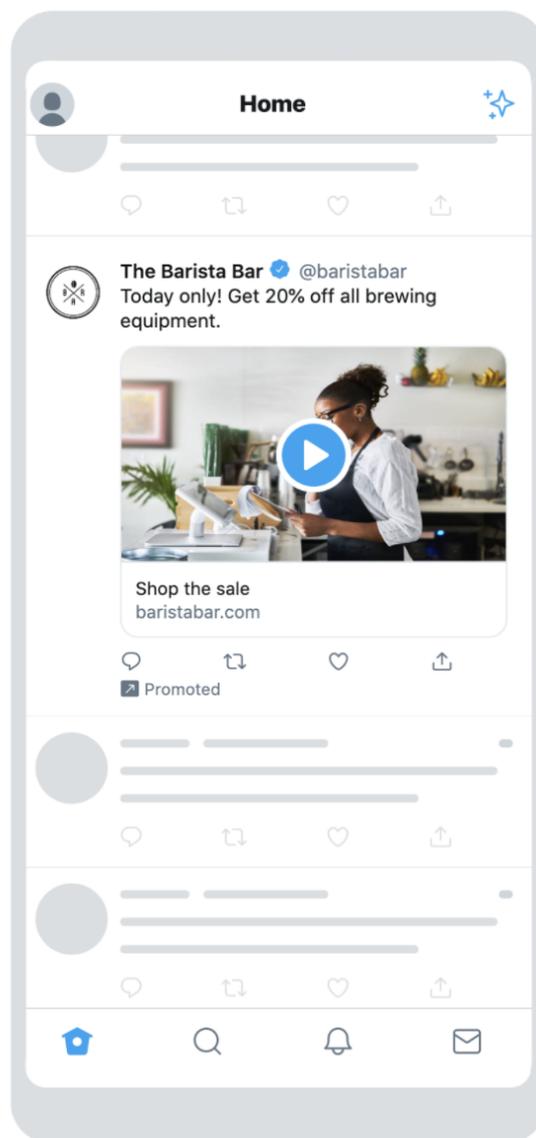
- Sont claires et non pixellisées
- Sont accompagnées d'un minimum de texte
- Ont un élément central
- Attirent l'attention par des couleurs vives, un élément humain, un mouvement ou une émotion

Les vidéos de Tweet impactantes :

- Ne font pas plus de 15 secondes
- Débutent avec un produit
- Disposent de sous-titres ou d'une autre stratégie sans son
- Affichent clairement le logo tout au long de la vidéo
- Présentent la marque pendant plus de la moitié de la vidéo

En un an, le temps de visionnage des vidéos sur Twitter a augmenté de 34 %, ce qui correspond à 3,5 milliards de vues de vidéos par jour.

Source : données internes Twitter, janvier 2021



Idées de Tweets

Couchez vos idées sur papier avant de tweeter

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

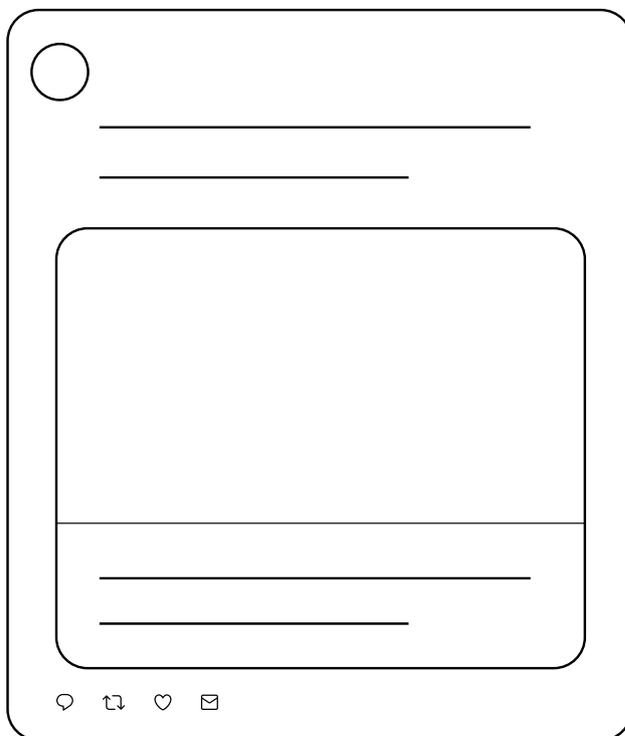
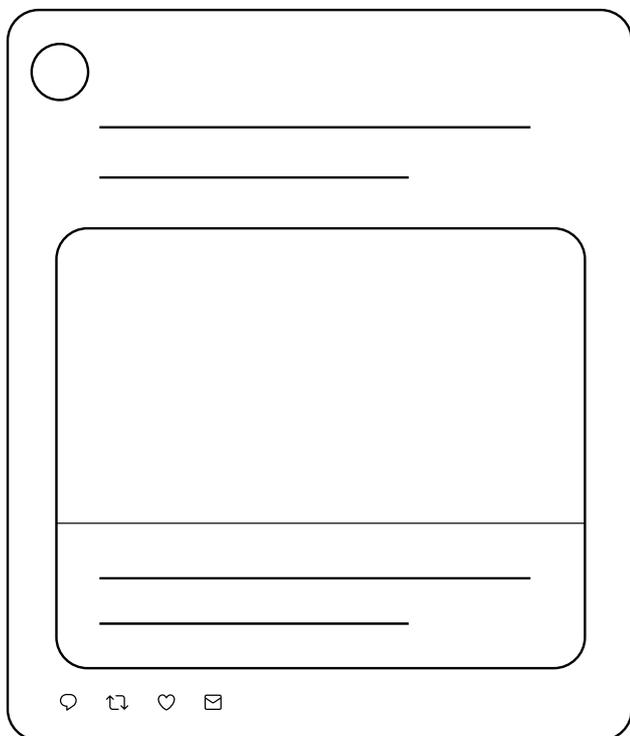
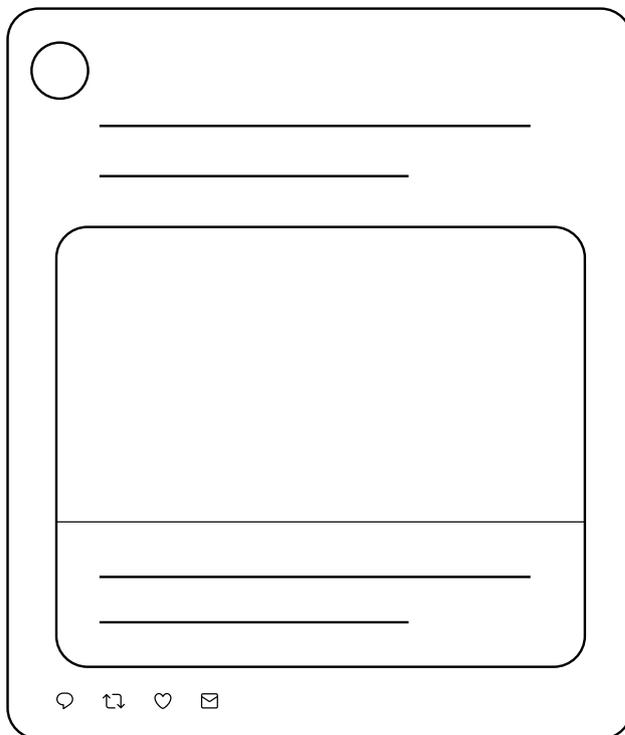
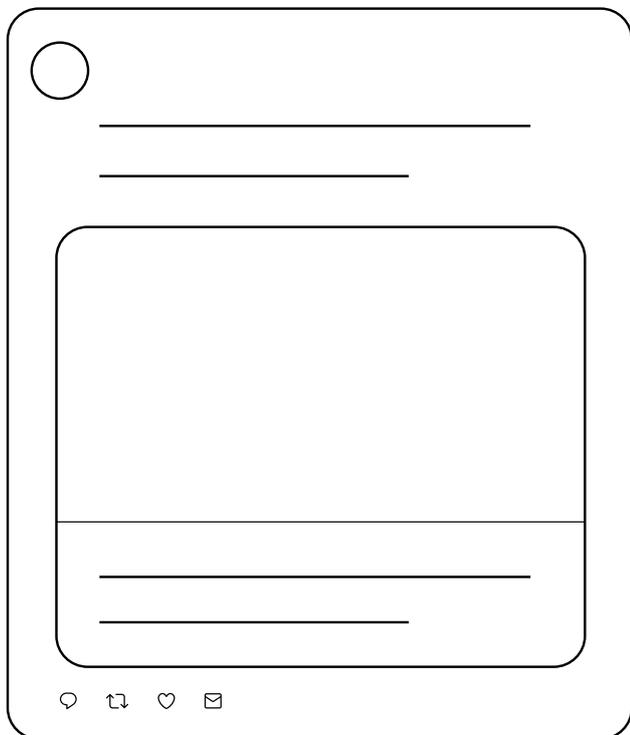
○ @ _____

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

[Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail](#) 

Idées de Website Button

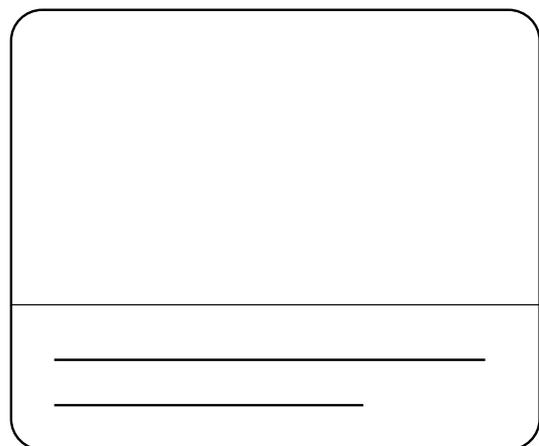
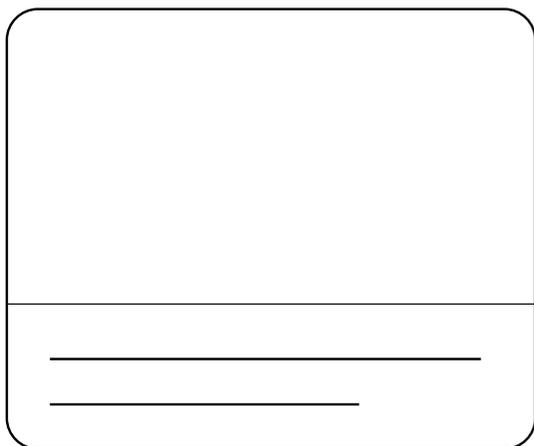
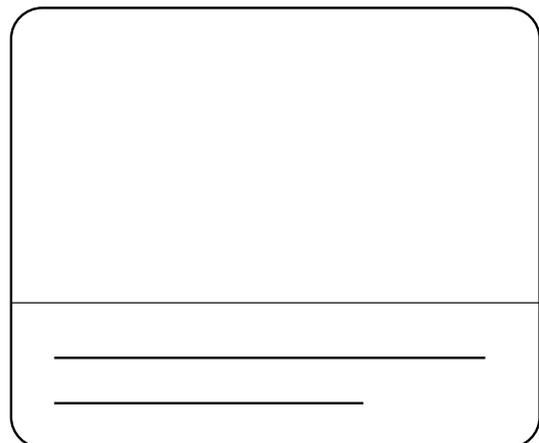
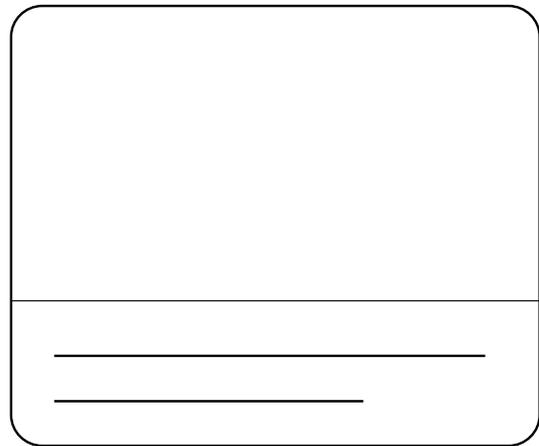
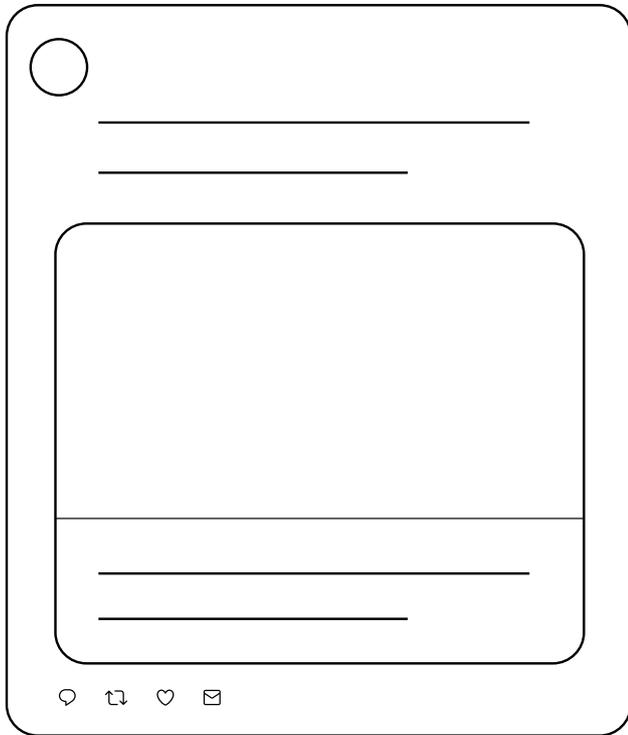
Couchez vos idées sur papier
avant de tweeter



[Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail](#) 

Idées de Carousel Ads

Couchez vos idées sur papier
avant de tweeter



[Cliquez pour en savoir plus sur les Carousel Ads](#) 

Des hashtags pour chaque jour de la semaine

Vous préparez votre calendrier éditorial ? Créez des Tweets qui utilisent des hashtags populaires et récurrents. Inspirez-vous de nos idées. Puis créez vos propres utilisations du hashtag dans l'espace vide.

#SundayFunday

- 💡 Les dernières idées du week-end
- 💡 Les activités du week-end

#LundiMotivation

- 💡 Du contenu qui fait du bien
- 💡 Des astuces pour booster sa productivité
- 💡 Des souhaits pour la semaine de travail à venir

#TransformationTuesday

- 💡 L'évolution de votre marque au fil du temps
- 💡 Des photos avant/après publiées par vos clients

#WednesdayWisdom

- 💡 Les bonnes pratiques pour votre produit ou marque
- 💡 Les activités de la semaine

#JeudiSouvenir

- 💡 Les grandes premières dans l'histoire de votre entreprise
- 💡 Des faits amusants sur son passé

#FridayFeeling

- 💡 Vos plans pour le week-end
- 💡 Des GIF amusants

#Caturday

- 💡 Les animaux de compagnie du bureau
- 💡 Des contenus générés par les utilisateurs qui présentent leurs animaux avec votre produit

Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail 

Idées de questions Twitter

Interagissez avec votre audience de manière créative et montrez une autre facette de votre marque.

Obtenez des feedbacks sur votre compte

Quel type de contenu voulez-vous voir sur notre compte ?

Leadership d'opinion

Astuces de pro

Les coulisses

Ajoutez de l'humour

Les meilleures réunions du vendredi sont

Brèves & précises

Avant midi

Annulées

Exploitez les tendances

Allez-vous suivre les #Oscars

Je prépare du pop-corn

Peut-être plus tard

Non

Faites un quiz

En quelle année avons-nous été fondés

2005

1999

1982

Créez une communauté

Il y a quoi dans votre tasse ce matin

Café

Thé

Autre (précisez)

Cliquez pour télécharger d'autres feuilles de travail 

Pistes de réflexion : types de vidéos

Tirez le meilleur parti de votre vidéo grâce
à ces pistes de réflexion

Tutoriel



**Questions et
réponses**



**Vidéos en
direct**



**Image
par image**



**Idées
cadeaux**



**Présentation
de produit**



**Les clients
à l'honneur**



Diaporama



**Visualisation
de données**



Avant/après



Déballage



**Contenu généré par
les utilisateurs**



Cliquez pour en savoir plus sur la vidéo sur Twitter 

Ciblage des publicités Twitter

Vous cherchez votre audience sur Twitter ?

Nos options de ciblage vous aident à toucher les bonnes personnes au bon moment.

D'abord, les bases

Les options de cette section fonctionnent ensemble en utilisant la logique du « ET ». Cela signifie que vous allez cibler les personnes qui correspondent à tous les critères d'entrée.

Exemple : les personnes qui vivent au Canada ET parlent français ET utilisent des appareils mobiles Android

Données démographiques

Sexe

Les deux
Hommes
Femmes

Âge

Localisation

Langue

Appareils

Mobile - iOS
 Mobile - Android
 Ordinateur
 Autre appareil mobile
 Tous

Autres caractéristiques des appareils
(opérateurs, modèles)

Génial ! Ces paramètres de base seront appliqués au reste de vos sélections, que nous allons déterminer maintenant

Cette dernière section utilise la logique du « OU », ce qui signifie que vous cibleriez les personnes qui correspondent à l'un des critères d'entrée.

Exemple : les personnes qui appartiennent à une audience personnalisée OU qui ont un intérêt spécifique OU qui participent à un sujet de conversation spécifique

Audiences personnalisées

Utilisez le Gestionnaire d'audience pour télécharger des listes depuis votre système CRM et gérer des audiences collectées à partir de votre site ou application mobile.

Cliquez pour en savoir plus sur les options de ciblage de Twitter. 

Ciblage des publicités Twitter

Fonctionnalités de ciblage

Mots-clés

Abonnés similaires

Intérêts

Options supplémentaires

Fonctionnalités de remarketing pour réengager de nouveaux clients potentiels et les faire progresser dans le funnel

Les personnes qui ont vu vos Tweets précédents

Les personnes qui ont vu vos Tweets précédents et ont interagi avec

Tweets organiques

Tweets de campagnes spécifiques

Les deux

Optimisation des campagnes

N'oubliez pas l'ABCs de l'optimisation des campagnes

Audience

- Combinez les options de ciblage
- Comprenez votre audience
- Supprimez les audiences similaires

Enchères

- Ajustez régulièrement le montant des enchères
- Utilisez de petits incréments
- Surveillez les performances

Contenu

- Actualisez régulièrement le contenu
- Faites des tests sur des campagnes d'envergure
- Expérimentez différents composants

Signaux

- Budgets quotidiens non atteints
- Dépense trop rapide des budgets quotidiens
- Coûts élevés
- Portée de campagne faible
- Faibles taux d'engagement ou de clics

Créez votre compte Publicités Twitter

Créez vos Publicités Twitter 

Consultez nos Ressources pour les agences 

**Notre blog publie régulièrement de
nouveaux articles sur le marketing
et Twitter** 

**Vous avez des questions ? Prenez contact
avec notre équipe chargée de clientèle
dédiée ici** 