

Statistiques Twitter pour les agences

Performances au deuxième trimestre 2018

335 m

Nombre total moyen
d'utilisateurs actifs par mois

+9 m

Croissance annuelle

11 %

(7^e trimestre consécutif)

Croissance annuelle
du nombre quotidien moyen
d'utilisateurs

711 m de \$

(croissance de 24 % sur
un an)

Revenu total

100 m de \$

(marge nette PCGR de 14 %)

Résultat net PCGR

+81 %

Croissance annuelle du
nombre total d'engagements
avec les publicités

-32 %

Réduction annuelle
du coût par engagement

3,36 \$

Retour sur investissement
global moyen pour 1 \$

Les campagnes marketing Twitter ont
atteint un retour sur investissement
40 % plus élevé que la moyenne
pour tous les autres canaux.



Utilisateurs de Twitter

79 %

des utilisateurs suivent des marques sur Twitter.

53 %

sont plus enclins que la moyenne des internautes à acheter de nouveaux produits en premier.

85 %

des utilisateurs ont acheté en ligne au cours du mois écoulé (contre 75 % des non-utilisateurs).

31 %

des utilisateurs ont acheté sur mobile au cours du mois écoulé (contre 12 % des non-utilisateurs).

Vidéo

93 %

des vues de vidéos Twitter s'effectuent sur mobile.

50 %

d'économies sur le CPE des Tweets sponsorisés avec vidéo.

x 2

CTR 2 fois supérieur à celui du benchmark pour les publicités vidéo sur mobile

x 6

6 fois plus de Retweets des cartes vidéo par rapport aux images

Bonnes pratiques en matière de Tweets



Tweets avec hashtag

100 % d'engagements en plus par rapport aux Tweets sans hashtag



Tweets avec GIF

55 % d'engagements en plus par rapport aux Tweets sans GIF



Tweets avec vidéo

10 fois plus d'engagements