

Définir votre stratégie Twitter



1. Renforcer le positionnement de votre marque

Clarifiez la mission de votre marque et définissez la valeur que vos produits et services apportent chaque jour à vos clients. Construisez votre stratégie de contenu autour de cette valeur pour que vos messages fonctionnent mieux.

2. Définir le ton et l'esthétique de votre marque

Choisissez des archétypes qui incarnent votre marque. Est-elle source d'inspiration, de spiritualité ou de plaisir ? Mesurez l'impact de la personnalité de votre marque sur le choix des mots. Identifiez des mots-clés et des expressions à utiliser régulièrement dans les textes.

3. Créer des principes de base pour le contenu

Structurez votre plan de contenu autour de 3 à 5 territoires ou thèmes stratégiques de votre choix. Organisez les idées et les créations à l'aide de ces principes de base pour le contenu.

4. Créer une carte des moments importants

Twitter offre aux marques des moyens puissants d'interagir avec les utilisateurs lors de moments pertinents. Ne vous contentez pas de vos propres événements majeurs et moments de marques : identifiez des moments personnels et plus largement des événements culturels dont votre marque peut tirer parti.

5. Associer le contenu à des objectifs marketing clairs

Les plus grandes marques sur notre plate-forme créent du contenu qui atteint les objectifs commerciaux à toutes les étapes de l'entonnoir. Définissez clairement votre objectif et adaptez le contenu en conséquence.

6. Créer un visuel attractif

Nous avons parcouru un long chemin depuis les 140 caractères. Aujourd'hui, les Tweets sans contenu multimédia sont dépassés. Tirez profit de toute la gamme des contenus pour inciter les utilisateurs à consulter leur fil.

7. Créer des textes courts et concis

La brièveté est toujours appréciée. Les Tweets de moins de 100 caractères suscitent un engagement bien plus élevé que ceux qui en contiennent plus. Soyez concis, surtout lorsque vos Tweets sont dotés de contenus multimédias.

8. Donner la priorité au flux

Votre objectif doit être de créer ou d'adapter du contenu pour avoir le plus grand impact possible dans le fil Twitter. Visez le format court et l'impact rapide.

9. Utiliser efficacement les hashtags

Uniformisez les hashtags de vos campagnes ou votre marque pour rendre votre contenu visible. Ciblez ou utilisez des hashtags culturels pour surfer sur les tendances ou entrer dans les conversations culturelles récurrentes comme #motivationmonday.

10. Engager la conversation

Les utilisateurs viennent sur Twitter pour l'accès direct aux marques. Soyez sensible à votre audience et servez-vous des outils immersifs pour lancer vous-même des conversions.