



Non à l'auto-suivi Twitter©



SYLVIE LAFLAMME
Trucs de Pros

Trucs de Pros
SYLVIE LAFLAMME

AVIS

**Cette publication est pour votre information seulement.
L'auteure ou ses revendeurs ne sauraient être tenus
responsables des résultats que vous obtiendrez en utilisant ce
matériel.**

*Tous les liens présents dans ce document étaient valides au moment de publier
ce livre. Parce qu'Internet change tous les jours, nous ne pouvons garantir qu'ils
sont encore actifs au moment où vous lisez ces lignes.*

Note : Ce document est un livre électronique gratuit !

Vous n'avez pas le droit de modifier le contenu de ce livre électronique de n'importe
quelle manière que ce soit.

TOUS DROITS RÉSERVÉS.

Copyright © 2009 <http://www.pretavendre.com>

Sylvie Laflamme. Créatrices Web et pretavendre.com

Graphisme de la couverture virtuelle : Julie Fortin

Toute reproduction de ce document est strictement interdite et punissable par la loi.
Vous avez le droit de distribuer ce document gratuitement. Il est permis de citer
quelques extraits à la condition d'en indiquer la source et l'auteure.

ISBN – 978-2-923592-48-0

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives nationales du Québec, 2009

Dépôt légal - Bibliothèque et Archives Canada, 2009

Ce livre vous est offert gratuitement.

Pour connaître nos autres titres, visitez le site de la personne qui vous l'a offert :

<http://www.virtuelexpress.com>

Introduction

Le Web 2.0 nous a fait connaître les communautés virtuelles et les sites qui s'y apparentent.

Twitter© est reconnu comme un mini-blog avec des particularités qui font l'envie de bien des spécialistes en marketing.

D'ailleurs la majorité des grandes et moins grandes entreprises ont dorénavant leur compte twitter© et plusieurs invitent même leurs employés à communiquer entre eux grâce à cette plateforme. Il y a possibilité de réserver la lecture à des personnes triées sur le volet donc la confidentialité des échanges entre les membres du personnel est protégée.

Du moins c'est ce qu'ils affirment...

Ce nouvel engouement pour Twitter© est vraiment impressionnant. Il se crée de nouvelles applications pour optimiser son utilisation presque à chaque jour. J'écris actuellement un autre livre qui présente une liste des outils disponibles pour les utilisateurs de Twitter© et je n'arrive pas à me dire que j'en ai fait le tour.

Twitter© a été créé par des étudiants qui voulaient communiquer rapidement entre eux. Puis, petit à petit, les amis des amis ont voulu se joindre à eux et c'est ainsi qu'est née cette nouvelle forme de « communauté » virtuelle.

L'idée de départ était réellement basée sur une relation amicale entre participants.



Mais voilà que les gens du marketing des affaires ont voulu s'emparer de son très fort potentiel pour l'orienter vers d'autres clientèles.

C'est ainsi que de plus en plus de gens se sont littéralement « rués » sur Twitter© pour tenter d'y trouver la perle rare des clients et surtout la masse de clients potentiels.

Mais il y a toujours un revers de la médaille...

Regardons cela de plus près, voulez-vous ?

Sylvie Laflamme

Lorsque Twitter© est entré dans ma vie c'était par une journée de grisaille où mes projets d'affaires stagnaient lamentablement.

Je cherchais une méthode pour rejoindre des internautes qui ne sont pas habituellement dans les zones où je les cherche. Je me suis donc inscrite une première fois, sous un nom d'emprunt, afin de pouvoir tester le service sans devoir traîner mes petites erreurs au grand jour.

Très rapidement j'ai compris le fort potentiel de Twitter© !

À peine inscrite, déjà je recevais des « followers » (des internautes ayant opté de me suivre dans mes messages plus ou moins quotidiens). J'allais rapidement voir qui étaient ces personnes et je ne les reconnaissais pas du tout.

Mais elles avaient toutes un point en commun : l'anglais. J'ai vite compris pourquoi lorsque j'ai relu mon profil. Je l'avais écrit en anglais puisque le questionnaire était aussi en anglais.

Je me suis donc inscrite à nouveau, cette fois-ci sous mon vrai nom, et j'ai pris soin de remplir mon profil en français. Puis j'ai attendu.

Encore là, la magie s'est opérée... En quelques minutes à peine j'avais déjà 3 personnes qui avaient indiqué leur intention de me suivre même si je n'avais encore rien publié sur ce site.

Puis, après quelques minutes à peine, j'ai commencé à recevoir des « followers » anglophones à nouveau. Là je ne savais plus sur quoi me baser pour comprendre la raison qu'avait un internaute anglophone de suivre une francophone, surtout s'ils ne se connaissaient pas du tout.

Je me suis alors dit qu'il devait y avoir une raison pour que ces personnes me découvrent avant même que j'aie publicisé mon identifiant Twitter©.

Puis, est-ce la chance du débutant ou une promotion intempestive ? Un internaute m'a envoyé un message m'offrant de découvrir le moyen d'ajouter des centaines voir des milliers de « followers » à mon dossier.

Sur le moment je ne comprenais pas pourquoi je recevais ce genre de publicité sur un site réputé pour favoriser les rencontres amicales. Mais en cherchant un peu plus loin j'ai compris que les gens friands de ce genre d'outil étaient surtout victimes de leur ego.

Mais voilà le problème... ce n'est pas l'égo qui apporte le pain sur la table...

Avant d'utiliser un logiciel d'automatisation de quoi que ce soit, il faut faire un petit exercice de réflexion et se demander ceci :

Dans quel but ai-je besoin d'automatiser mes messages ?

Quels messages seront publiés ?

Qui les écrira ?

Qu'est-ce qui donnera envie aux gens de les lire ?

Et si le logiciel se dérègle et envoie plusieurs fois le même message, que ferai-je pour ne pas perdre l'intérêt de mes lecteurs ?

Mais surtout...

Pourquoi ces gens se sont-ils inscrits pour suivre mes messages sur Twitter© ?

Le marché francophone se lance dans l'e-business. Nous devons tous passer par les mêmes étapes et faire probablement les mêmes erreurs ou presque. Ceux et celles qui les évitent prennent le temps d'étudier ce que font ceux qui font des affaires en ligne depuis des années et ils les observent attentivement pour remarquer ce qu'ils font mais SURTOUT CE QU'ILS NE FONT PAS OU PLUS.

Depuis un moment déjà plusieurs Twitters (utilisateurs de Twitter©) nous inondent de messages publicitaires pour utiliser un outil qui automatise le suivi de ceux qui nous suivent sur Twitter©.

Lorsqu'on regarde rapidement, c'est vrai que l'offre est tentante. Avoir un nombre impressionnant de gens qui suivent nos messages c'est un peu comme avoir tout plein de groupies, un peu comme si nous étions des vedettes. Ahhh l'égo ! Quel tyran !

Le problème réside dans cette lutte entre la raison et l'égo.

Dois-je travailler de tête pour planifier mes messages sur Twitter© de sorte à optimiser les rendements de mon entreprise ?

Dois-je établir un lien de confiance amical avec toutes les personnes qui ont choisi de me lire ?

Puis-je écouter mes émotions et me faire un peu plaisir avec la satisfaction de pouvoir dire que des dizaines de milliers de personnes me lisent sur Twitter© ?

Mais en bout de ligne... EST-CE QU'ILS VOUS LISENT VRAIMENT ?

Là est la question !

Lorsque vous utilisez un outil qui vous inscrit automatiquement dans leur liste de suiveurs une fois qu'ils se sont ajoutés à la vôtre, prenez-vous réellement le temps de lire ce qu'ils ont à partager avec vous?

Lorsque vous utilisez un outil qui fouille aléatoirement dans votre liste de messages en réserve pour afficher quelque chose à chaque heure du jour et de la nuit afin d'avoir une pléiade de liens menant vers vos pages web... est-ce que vos lecteurs prennent le temps de les lire ? Est-ce qu'ils cliquent sur vos liens ?

Est-ce que les robots des moteurs de recherche parviennent à déchiffrer que c'est votre site qui se cache derrière un lien tel que :

<http://tr.im/rNr9>

Tout ce que verront les robots c'est un lien menant vers le site qui offre le service de raccourci URL, dans ce cas-ci, <http://tr.im>

Donc, si vous voulez utiliser vos messages sur Twitter© à bon escient, il faudra calculer le nombre de caractères dans l'URL à promouvoir et soustraire ce nombre du total de caractères disponibles dans un message, soit 140.

Il faut donc être très bref mais surtout TRÈS ACCROCHEUR !

C'est pourquoi je suggère l'achat d'un domaine accrocheur pour y placer une page de redirection menant directement à la page que vous désirez promouvoir.

Dans mon cas j'ai opté pour le domaine ahoui.ca

Donc pour obtenir les mêmes résultats que le lien chez tr.im mais avec, en plus, le trafic supplémentaire qui va s'additionner sur le domaine ahoui.ca, j'y ai mis ma page de redirection dans un répertoire numéroté (pour faire plus court).

Voici donc le lien : <http://www.ahoui.ca/1>

Mais il fonctionne aussi sans les « www » pour afficher en moins de caractères encore, soit : <http://ahoui.ca/1>

Plus tard, ce nom de domaine, ayant acquis un certain trafic aux « yeux » des robots des moteurs de recherche, je pourrai l'utiliser pour le lancement d'un produit dont je veux un référencement rapide.

Mais revenons à l'objet de ce rapport : le nombre de « followers » mais surtout le nombre de « following » (ceux que vous avez choisi de suivre sur Twitter©).

Il existe des outils qui permettent maintenant d'automatiser le retour de suivi de chaque internaute qui choisi de vous suivre sur Twitter©. Au premier niveau, ça semble génial !

Pas besoin d'aller cocher un à un toutes ces merveilleuses additions à votre liste de followers pour leur rendre la politesse. Un petit logiciel se charge de tout et il est simple comme tout à configurer pour travailler même pendant que vous dormez. N'est-ce pas merveilleux ? Un esclave à votre portée !

Mais ceux qui tentent de vous faire croire qu'un nombre impressionnant de « following » équivalent ou presque au nombre encore plus impressionnant de « followers » est terriblement attirant et vous fait paraître très populaire sur Twitter© vous en racontent une belle !

Dites-moi, aurez-vous le temps et l'envie de lire tous les messages que vos 54,893 « following » écriront ?

Des eMarketeurs anglophones qui ne s'arrêtent pas à perdre leur temps ont rapidement compris qu'il ne sert à rien de suivre des dizaines de milliers de personnes qui ont choisi de les suivre.

Ils ont donc opté pour effacer toutes les personnes qui ne sont pas de réels amis ou connaissances et dont ils n'ont pas vraiment envie de lire les messages qui, bien souvent, parlent de tout et de rien mais surtout de rien.

John Reese, l'homme qui a fait l'histoire en générant des ventes de plus d'un million de dollars en 24 heures en 2004, a publié une liste de 5 excellentes raisons pour ne PAS utiliser un tel outil. Il a d'ailleurs effacé plus de 30,000 noms dans son compte Twitter©. Toutes des personnes qui s'étaient inscrites pour suivre ses messages et qui avaient, en retour, été automatiquement ajoutées à sa liste de personnes à suivre. Elles continuent de recevoir ses messages mais lui ne reçoit plus les leurs.

Voici donc ce qu'en pense Monsieur John Reese.

L'automatisation du suivi de Twitter© est le nouveau « Safelist »

Peut-être connaissez-vous le principe de la « Safelist » ?

Quelqu'un a eu l'idée, un jour, d'aider les autres eMarketeurs à obtenir encore plus d'abonnés à leurs listes. Alors il a créé un système où tous les participants obtenaient le « droit » d'expédier des courriels à tous les autres membres.

Des milliers et des milliers d'eMarketeurs se sont joints à ces « Safelist ». Ils obtinrent donc instantanément accès à une très large liste d'adresses courriel à qui faire parvenir leurs messages marketing. Au premier coup d'œil ça semblait formidable n'est-ce pas ?

Il y avait un seul petit problème... pratiquement tout le monde était en mesure de lire tous les messages envoyés par le système et, surtout, leur boîte courriel éclatait !

En fait, bien vite les participants ont compris qu'il était préférable d'utiliser une adresse courriel dite « poubelle » afin de pouvoir détruire les messages sans devoir les lire ni en faire le tri.

Ceci fit que les « Safelist » sont devenues très rapidement inutiles pour faire du marketing. Encore aujourd'hui, parfois elles donnent des résultats, mais c'est minime.

L'automatisation du suivi des « followers » de Twitter© produit des résultats semblables. Pensez-y un instant...

Personne n'est humainement capable de suivre les milliers de messages qu'ils reçoivent. PERSONNE.

Si Twitter© doit être utilisé comme outil Marketing EFFICACE pour votre entreprise, alors vous avez besoin que les gens lisent vos « tweets »(messages publiés sur Twitter©). En plus de les lire, ils doivent agir lorsque vous leur demandez d'agir – comme, par exemple, lire votre nouveau message sur votre blog, rendre visite à un site dont vous publiez le lien.

Les outils d'automatisation de suivi n'attirent que des utilisateurs de ces outils. Pourquoi ces utilisateurs ne sont-ils pas favorables pour vous ? Simplement parce qu'ils utilisent ces outils pour la même raison que vous : manque de temps !

Alors, selon vous, auront-ils et surtout PRENDRONT-ILS le temps de vous lire ?

C'est un cercle vicieux.

Si vous suivez, par automatisation, d'autres utilisateurs de Twitter©, alors vous n'attirerez que des internautes qui utilisent aussi des outils d'automatisation de suivi.

Un bon marketing est basé sur la réponse.

C'est assurément la qualité et non pas la quantité qui doit prédominer.

Il y a une raison précise pour expliquer pourquoi une liste très ciblée de 5000 abonnés donnera un meilleur rendement qu'une liste de 500,000 non ciblée.

Ce n'est pas un party d'amis mais une activité d'affaires.

Cette phrase s'applique parfaitement aux utilisateurs de Twitter© qui s'y inscrivent dans le but de faire des affaires.

Il faut d'urgence réaliser que ce n'est pas l'égo qui paie les factures. La majorité des gens désirent un chiffre élevé de « followers » car c'est bon pour leur égo.

Le décompte des « followers » est un attrait important. C'est un peu comme le compteur des points dans un jeu en ligne. L'impact sur l'estime de soi est considérable car voir le chiffre augmenter constamment donne l'impression d'être de plus en plus « aimé » et que nous prenons encore plus d'importance.

Vos messages privés « @ » et vos réponses ont une bien plus grande portée sur vos affaires et vous obtiendrez un bien meilleur retour – parce que vous éliminerez plusieurs auto-suiveurs qui vous font perdre votre temps et tentent d'augmenter la visibilité de leur propre compte en démarrant une pseudo-conversation avec vous.

Gardez en tête que plusieurs conversations sur Twitter© n'existeraient pas s'il ne s'agissait que de conversations entre individus sans utilisation d'outils d'automatisation.

Plusieurs croient qu'il sera mal vu de ne pas suivre quelqu'un qui nous fait la politesse de nous suivre. Pas du tout !

Ce n'est pas le but pour lequel Twitter© a été créé.

Si vous désirez une communication individuelle alors utilisez un service de messagerie instantanée tel que MSN ou Skype ou d'autres du même genre.

Devriez-vous ajouter tous vos « followers » sur votre liste de messagerie instantanée ? ABSOLUMENT PAS !

Les gens qui vous suivent sur Twitter© le font pour lire ce que vous faites aujourd'hui, maintenant. Point à la ligne. Si vous désirez générer des profits avec Twitter© alors vous devez cibler et attirer votre MARCHÉ CIBLE.

Il vous faut donner suffisamment de valeur à votre prospect idéal pour qu'il DÉSIRE vous suivre. Si vous ne le faites pas, vous ne générerez pas beaucoup d'argent par l'utilisation de Twitter©; peu importe les trucs et techniques que vous tenterez ou utiliserez.

Évitez de publier de liens, plusieurs liens, que des liens... Soyez INTÉRESSANT aussi !

Twitter© n'est pas un tableau d'affichage pour vos liens. C'est une communauté où les gens tentent de partager, en quelques mots, ce qu'ils font maintenant.

De plus en plus souvent vous serez invité à cliquer sur un lien et vous serez alors transporté sur un site malsain qui infectera votre ordinateur. Imaginez le problème si vous utilisez un outil qui automatise vos envois. Si un code malsain fait en sorte d'utiliser votre outil pour publier un lien malsain, vous aurez tous vos followers sur le dos (s'ils vous lisent) ! Soyez vous-même... c'est bien mieux.

À bientôt pour un autre truc de pro !

Sylvie Laflamme

<http://www.pretavendre.com>