

COMMENT OBTENIR 1000 FOLLOWERS EN 10 ÉTAPES

UN LIVRE BLANC EDITE PAR TWACK.IT
Version 1.1 Mars 2018

Sommaire

3 Introduction

4 Rendez votre compte twitter lisible et visible

5 Etape 1 : Rendez votre compte lisible

7 Etape 2 : Rendez votre compte visible

8 Des contenus qui engagent et font réagir

10 Etape 3 : Proposez des contenus attractifs

12 Etape 4 : Utilisez des visuels impactants

14 Etape 5 : Recyclez vos tweets

15 Favorisez la découverte de son compte twitter

16 Etape 6 : Surfez sur les événements

17 Etape 7 : Utilisez les relais d'informations

20 Etape 8 : Créez des interactions

21 Etape 9 : Suivez des comptes dans votre thématique

22 Etape 10 : Accélérez en utilisant la publicité



INTRODUCTION



Depuis le lancement de Twack.it, j'ai eu beaucoup de discussions avec des utilisateurs débutants sur Twitter.

Nous avons souvent en commun l'expérience des difficiles premiers pas. J'ai effectivement connu ce sentiment d'impuissance pour faire décoller son compte twitter.

C'est d'ailleurs ce qui m'a amené à créer Twack.it. Si vous souhaitez connaître l'histoire complète [c'est par ici](#) !

J'ai eu également le plaisir d'échanger avec des formateurs, des experts sur Twitter. De ces différentes discussions est née l'idée de créer ce livre blanc. L'idée étant de vous faire gagner du temps pour développer votre compte et arriver à dépasser vos 1000 premiers followers.

Pour toute question ou remarque, mon mail est damien@twack.it. Je réponds à tous les mails. N'hésitez pas, je compte sortir une deuxième édition d'ici quelques mois. Votre expérience est importante pour moi.

Je vous souhaite une bonne lecture, n'hésitez pas à partager ce livre blanc autour de vous !

Damien Guigue
Fondateur de Twack.it

Rendez votre compte Twitter lisible et visible

Avant même de commencer à penser développer votre compte Twitter, vous devez vérifier que tout est en place.

Un compte Twitter doit être lisible pour ses followers potentiels. Tous les éléments permettant sa visibilité doivent être mis en place dès le début.

Vous connaissez l'importance de la première impression ? En psychologie, ce phénomène se nomme l'effet de Halo. Pour résumer, qu'elle soit positive ou négative, la première impression sur une marque, une personne et par extension un compte Twitter ... est persistante.

Vous devez donc soigner cette première impression afin que les visiteurs de votre compte Twitter gardent une image positive et persistante.

Votre **nom d'utilisateur**. Il doit être mémorisable. En rapport avec votre marque ou votre activité, car il permettra aux autres twittos (utilisateurs de twitter) de vous mentionner et de vous retrouver.

Vous regrettez votre choix ?

Pas de panique : Changer de pseudo

La description de votre compte

Les 160 caractères qui font 60% du travail ! Si votre description est claire quand à l'objectif de votre compte, la plupart des utilisateurs vous suivront directement.

Créez une description qui impacte

Observez les descriptions de vos concurrents ou de personnes influentes dans votre thématique pour écrire la vôtre. Ajoutez des #Hashtags afin d'être plus visible. Et surtout, faites la lire autour de vous afin de déterminer si elle est explicite.

LabTour

@LabTour_fr

Tout l'**#eTourisme**, Labtour est le laboratoire numérique du **#tourisme**. Articles, études et actualités du **#digitalTourisme**.

Montpellier, France

labtour.fr

Votre site Web

Si vous n'en avez pas... Mettez votre page Facebook, votre blog, votre compte YouTube.

Votre localisation

Mettre votre localisation permettra aux utilisateurs de Twitter proche de vous d'avoir votre compte encore plus mis en valeur... Remplissez cette donnée pour plus de visibilité !



Votre **image de profil** doit être facilement identifiable. Vous devez mettre une image de 400 px X 400 px. représentant votre marque. Elle sera l'élément visuel qui vous identifiera dans les tweets.

Prenez le temps de vérifier le rendu en petit. Sur votre mur à côté de vos tweets. Une image parfaite en grand peut parfois donner des résultats catastrophiques en petit.

L'image de couverture : Elle est souvent oubliée lors de l'optimisation graphique du compte Twitter !

Et pourtant, elle a toute son importance : elle est l'élément visuel le plus prédominant sur votre profil. Elle met également en valeur votre profil, à de nombreux endroits.

Exemples d'images de profils



Félicitation, votre profil est lisible.. Maintenant il va falloir le rendre visible. Pour cela, vous devez utiliser au maximum votre visibilité déjà existante.

Mettez en avant Twitter sur votre site

Mettre un lien vers votre compte Twitter (et votre compte Facebook aussi...) est indispensable. Ceci pour plusieurs raisons :

- Vos prospects chercheront votre présence sociale, pour se rassurer, pour voir votre réactivité. Facilitez-leur la vie !
- Un prospect qui n'achète pas immédiatement s'abonnera peut-être à votre compte Twitter et deviendra demain un client.
- Créez de l'interaction avec vos produits, articles et publications en ajoutant un bouton "Tweeter"



Si vous utilisez comme 25% des sites de la planète **Wordpress**, il est fort probable que votre thème inclut une partie sociale. Sinon pour afficher un flux de vos tweets on vous conseille [AccessPress Twitter Feed](#)

(Source : [Wpmarmitte](#))

Vous utilisez un autre gestionnaire de site

Pas de panique, la plupart des CMS ont des modules permettant d'intégrer Twitter. Dans le cas contraire, il est peut-être temps d'en changer.

Vous n'utilisez pas de CMS

Pas de panique ! Si vous avez accès à la modification de vos pages, Twitter propose des Widgets. Ces derniers vous permettent d'intégrer des flux à votre site Internet. [Intégrer un flux](#)

Communiquez sur les autres réseaux sociaux



Vous avez un compte perso Twitter ? Rajoutez dans votre description votre compte pro. Et retweetez les tweets de ce dernier.



Facebook propose de [lier votre compte Facebook](#) et Twitter. Attention toutefois à bien paramétrer cette liaison pour ne pas "polluer" vos utilisateurs...



Vous pouvez [lier votre compte avec LinkedIn](#) pour twitter vos actualités LinkedIn ou inversement. Simplement rajouter le compte Twitter à votre descriptif LinkedIn est déjà un plus qui apportera de la visibilité à votre compte.

Profitez-en pour annoncer sur ces réseaux sociaux votre lancement, réactivation , nouvelle utilisation de votre compte Twitter !
Expliquer ce que vous allez faire de différent sur Twitter par rapport aux autres réseaux sociaux.

Communiquez auprès de vos prospects et clients

Parlez-leur de votre compte Twitter... de votre démarche !

Utilisez pour cela votre newsletter, votre blog, tous vos moyens de communication habituels.



Rappelez, encore et toujours, l'existence de votre compte Twitter

Dans vos mails, courriers papier ! Sur vos blogs, mettez les liens vers vos profils sociaux. Aucun de vos contacts ne doit avoir besoin de vous chercher directement dans Twitter.

Votre compte Twitter doit autant être mis en avant que votre numéro de téléphone.

Des contenus qui engagent et font réagir

Votre compte est visible et lisible ! Vous
êtes prêt à recevoir vos visiteurs.

Maintenant, il va falloir leur donner envie
de rester et de s'abonner à votre compte.

Dans la vie, pour se démarquer, il faut être différent. Proposez quelque chose d'inédit qui est remarqué et donne envie d'être partagé.

Sur Twitter c'est exactement pareil.... Et pour cela, vous allez devoir partager des contenus qui font réagir et provoquent des retweets.

Votre actualité

Partager les moments importants de votre vie professionnelle... Un salon ? Une conférence auquel vous participez ou mieux animez ? L'anniversaire de votre société . Un nouveau produit. Un client important qui vous fait confiance. Ouvrez votre société à l'extérieur, cela créera de la proximité avec vos lecteurs sociaux et surtout n'hésitez pas à mettre des photos.

Vos états d'âme

Réagissez ! A l'actualité professionnelle. Une nouvelle réglementation.

N'ayez pas peur du politiquement incorrect (pas trop non plus). Être dans l'émotion, dans l'humain crée souvent une réaction, de l'intérêt. Et donc du partage.

Partagez vos découvertes

Vous tombez sur un article de blog intéressant ? N'hésitez pas à le partager. Encore mieux ! Commentez ce dernier dans votre tweet.

Publier du contenu original

La solution la plus efficace pour être retweeté. Mais sûrement pas la plus simple !

C'est la technique qui va vous permettre de créer le plus d'interactions sociales.

De plus produire du contenu ne peut être qu'un plus pour votre business, vous pourrez le réutiliser (dans une newsletter, un livre blanc).

On rencontre souvent 3 freins à la publication de contenus originaux :

Le temps : Oui, écrire vous prendra du temps. Mais voyez-le comme **un investissement**, car ce temps produira un contenu qui va perdurer longtemps.

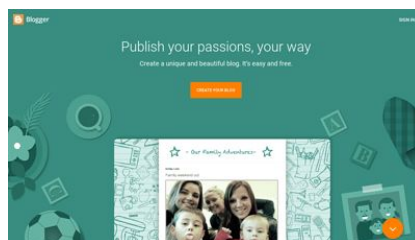
Quoi écrire : pas toujours facile de trouver l'inspiration ! Vous pensez qu'il faut être original ? Pas forcément, la plupart des sujets ont déjà été traités... Ce qui sera original, ce sera votre style, votre analyse.

Toujours pas d'idées ? Lisez [Comment \(toujours\) avoir des idées d'articles de blog](#)

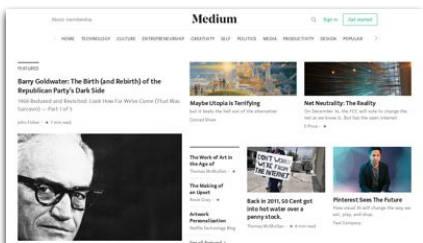
Je n'ai pas de blog : Ce n'est pas grave il existe plein de solutions pour écrire du contenu sans pour autant avoir de blog sur un site dédié.



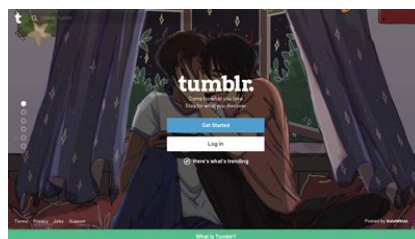
<https://fr.wordpress.com/pricing/>



<https://www.blogger.com/>



<https://medium.com/>

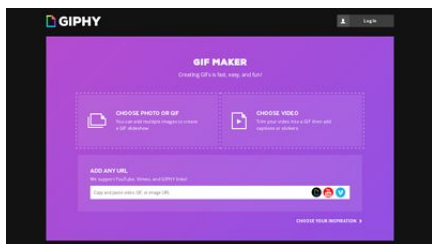


<https://www.tumblr.com/>

Les contenus visuels induisent beaucoup plus d'interactions. Lorsque vous partagez un lien, la plupart du temps l'image de l'article est reprise par Twitter. Mais vous pouvez choisir une image différente !

Dans tous les cas, votre contenu doit être accompagné d'un contenu graphique qui doit dans la mesure du possible parler émotionnellement à vos lecteurs.

Les gifs



<https://giphy.com/create/gifmaker>

Pour créer vos propres GIFS , vous pouvez utiliser le Gif Maker de Giphy

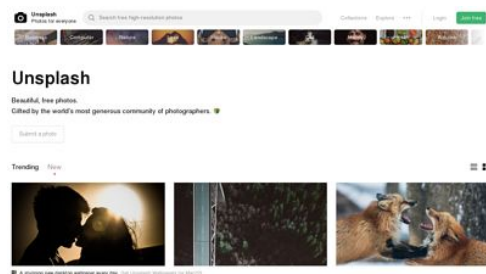
Vous pourrez ainsi créer un GIF à partir d'une vidéo (la vôtre, sur YouTube, etc..) et rajouter des effets spéciaux !

Les vidéos

Partagez votre vidéo directement dans votre tweet vous permettra d'augmenter votre engagement !

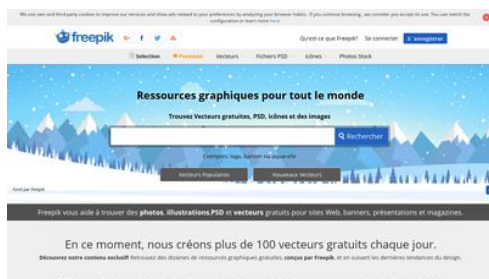
Les images

Les images sont le support visuel de votre communication. Nous avons sélectionné pour vous ces banques d'images gratuites !



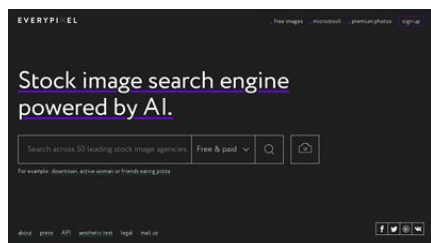
Vous ne trouverez que des photos sous licence Creative Commons. Ce qui veut dire que, même dans un cadre commercial, vous pouvez les copier, les modifier et les distribuer gratuitement. Ceci sans même indiquer l'auteur de la photo !

<https://unsplash.com/>



Freepik propose principalement des illustrations, PSD et des vecteurs gratuits. Il y a pour autant un grand nombre de photos. La plupart sont disponibles gratuitement avec la nécessité de mentionner l'auteur. Pour 9,9\$ par mois, vous disposez de l'accès à tout le contenu sans nécessité de mentions.

<https://fr.freepik.com/>



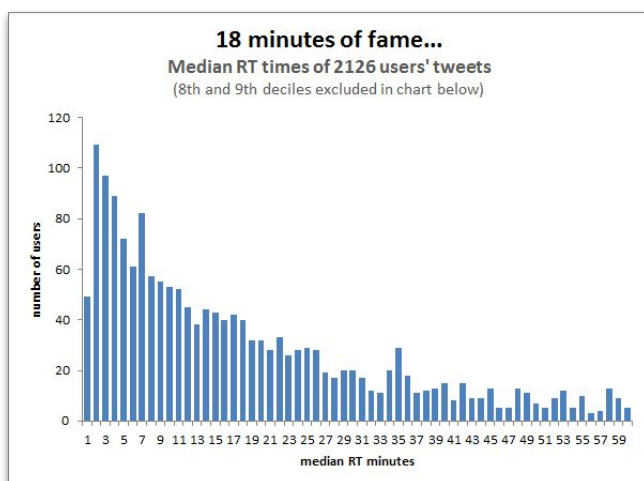
Un moteur de recherche d'images permettant de trouver la bonne image ! Bien entendu beaucoup de banques d'images interrogées sont payantes. Mais pas seulement ! En haut à droite, vous pouvez activer "free images" afin d'afficher uniquement les images gratuites.

<https://everypixel.com>

Twitter est le domaine de l'éphémère. Un tweet a une durée de vie de 4 heures.

S'il n'est pas vu et s'il n'est pas retweeté durant ces 4 heures, alors il ne sera pas lu.

Repostez vos tweets les plus engageants à intervalle régulier afin de toucher une plus grande audience.



Le choix de l'heure de votre tweet est extrêmement important comme le montre cette étude de Buffer. La plupart de vos retweets auront lieu dans les 18 premières minutes après la publication de votre Tweet...

<https://blog.bufferapp.com/social-media-frequency-guide>



Automatisez la republication de vos tweets avec Twack.it
Et c'est **gratuit** !

https://twack.it/tutos/republier_tweets

Favorisez la découverte de son compte Twitter

On peut comparer un compte Twitter à un magasin. Le vôtre est désormais beau, il dispose de superbes articles. Mais pour les vendre, il va falloir que des clients rentrent dans le magasin.

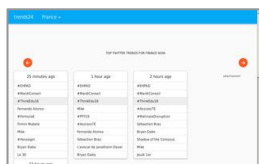
Tout comme pour une boutique physique, vous disposez de techniques pour être plus visible, plus rapidement....

Surfer sur l'actualité peut vous permettre d'avoir un accroissement de visibilité. Si l'évènement est dans votre secteur d'activité, c'est encore mieux !

Les Trendings Topics

Ce sont les hashtags mis en valeur par Twitter à un instant donné du fait de leur popularité. Par popularité, on entend qu'un nombre donné d'utilisateurs publie ces mots-clés un nombre donné de fois pendant un court laps de temps.

Vous les retrouvez sur la page d'accueil de Twitter lorsque vous êtes connecté.



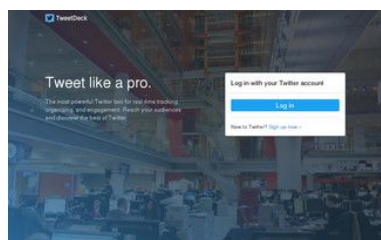
Les Trendings Topics sont un instantané. Pour explorer les tendances des dernières heures, nous vous conseillons Trends24

<https://trends24.in/france/>

Les événements

Une conférence, un salon, un rassemblement, bref un événement physique lié à votre thématique crée de l'activité sur Twitter. De plus, des personnes ne pouvant pas être présentes à ce dernier vont suivre le htag officiel.

A vous de surfer intelligemment sur l'événement, même si vous n'êtes **pas présent physiquement**, rien ne vous empêche de Twitter vos réactions.



Comment suivre un événement ?

Identifiez le hashtag de l'événement. Pour cela rien de plus simple, rendez-vous sur le compte twitter de l'organisateur. Il aura sûrement twitté le hashtag.

Puis utilisez <https://tweetdeck.twitter.com/> pour suivre en temps réel votre hashtag.

Nous ne parlerons pas des influenceurs qui suscitent l'engagement des utilisateurs qui les suivent et créent du contenu original. Pour résumer, ils sont le haut du panier ! Et par conséquent, ils sont bien plus difficiles à identifier et atteindre.

Dans un premier temps, nous allons nous contenter de trouver des relais d'informations. Ce sont des comptes qui relaient les informations ou contenus des autres.

Ils vont vous permettre de donner un petit coup de pouce à votre compte Twitter et votre activité !

Attention!

Ne cherchez pas à vous faire remarquer si vous n'avez rien de remarquable ! Nous partons du principe que vous avez mis en place vos contenus engageants .

Qu'est qu'un bon relais d'informations ?

Les critères sont bien plus simples à définir que pour les influenceurs :

- Une audience suffisante pour être visible
- Un nombre de tweets suffisants
- Un relais retweete beaucoup les tweets des autres.

Gérer ses relais d'informations

Twitter propose une fonctionnalité utile: les listes. Il s'agit d'une fonctionnalité intéressante qui vous permettra de rassembler vos relais d'opinions et de ne voir que leurs tweets. Vous serez ainsi plus réactif.

- Une fois connecté sur Twitter, allez dans <https://twitter.com/lists>
- Cliquez sur créer une liste à droite.
- Choisissez son nom et surtout "privé".
- Vous pouvez directement ajouter un profil à une liste, le plus souvent le menu le permettant se trouve à côté du lien "Suivre" ou "S'abonner".

Astuce : Vous pouvez utiliser les listes pour regrouper des comptes Twitter sur une même thématique afin de les retrouver rapidement et ne pas les perdre dans votre flux.

Identifier ses relais d'opinions

The logo for Buzzsumo, featuring the word "Buzzsumo" in white text on a blue background, with a white Wi-Fi symbol to the right.

BuzzSumo est un bon point de départ pour identifier quels sont les relais d'informations dans votre thématique.

Rendez-vous à la page :

https://app.buzzsumo.com/amplification/influencers?expand&result_type=relevancy

Choisissez un terme qui correspond à votre thématique, rajoutez un filtre sur votre localisation.

Le nombre d'utilisations est limité par jour, créer un compte gratuit augmente cette limite.

Se faire remarquer par vos relais d'informations

Pas de secret, pour se faire remarquer, il faut être actif.

Retweetez les contenus de vos relais.

Ajoutez un commentaire à chaque retweet, cela montre votre intérêt.

Répondez à leurs tweets avec la fonction répondre...

Surtout, ne soyez pas trop "collant".

Ne répondez pas du jour au lendemain à tous leurs tweets, c'est comme séduire quelqu'un, il faut être progressif dans l'approche...

Lorsqu'ils retweetent vos contenus, remerciez les en message direct. Profitez de l'occasion pour rajouter une petite phrase permettant d'engager la conversation, sur votre prochain contenu par exemple.

Créez des interactions avec les autres utilisateurs en mettant en place les mêmes stratégies qu'avec vos relais d'informations.

Répondez aux tweets

Quand un utilisateur retweete un de vos contenus, contactez-le en message direct pour le remercier. Cela fait toujours plaisir, et cela crée un lien social qui fait qu'à l'avenir, il sera plus réceptif à vos contenus.

Remerciez pour les retweets

Lorsqu'un tweet est un "appel", n'hésitez pas à répondre au tweet.

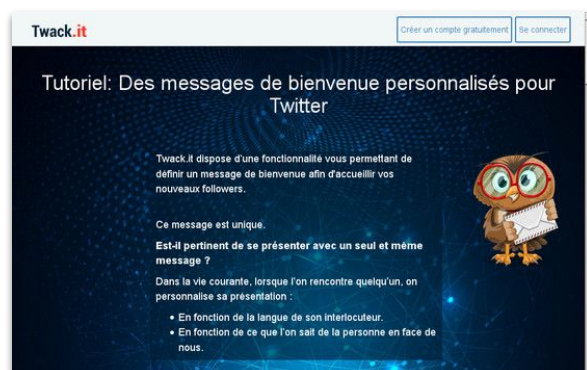
Twitter est l'équivalent moderne d'une grande place de marché avec beaucoup de bruits !

Faites entendre votre voix.

Souhaitez la bienvenue

Lorsque vous avez un nouvel abonné. Envoyez-lui un message de bienvenue. Tout comme les autres points ci-dessus, envoyer un message de bienvenue permet de créer une interaction.

Au lancement de votre compte, vous pourrez certainement remercier directement chaque nouveau follower. Mais, après, cela sera vite impossible avec l'augmentation de vos followers.



A Twack.it dispose d'une fonctionnalité gratuite pour envoyer un même message à tous vos utilisateurs.

Et d'une fonctionnalité avancée pour personnaliser vos messages.

https://twack.it/tutos/DM_premium

Le principe est le suivant : le fait de suivre des comptes avec la même thématique que vous suscitera un intérêt réciproque, ainsi, si votre ciblage est juste, il est probable que vos followings vous suivront en retour en augmentant votre audience.

Suivi par Hashtag

Suivez les comptes Twitter contenant dans leur descriptif (bio) le terme recherché.

Le principe est simple:

- recherchez un hashtag correspondant à votre thématique sur Twitter.
- Cliquez dans la recherche sur "Personnes" afin de ne voir que les comptes.
- Cliquez sur "suivre" pour chaque compte.

Suivi par copie des followers

Le principe, dans ce cas, consiste à suivre les followers d'un compte twitter suivant votre concurrent ou un compte similaire au vôtre.

S'ils le suivent, alors il est probable qu'ils seront intéressés par ce que vous proposez...



L'une des grandes forces de Twack.it est de pouvoir vous permettre d'automatiser ces deux actions !

Ceci gratuitement jusqu'à 30 comptes suivies par jour.

https://twack.it/tutos/ajout_followings

On n'y pense pas suffisamment... Mais la publicité Twitter est un excellent relais de croissance s'il est utilisé à bon escient.

Mais pour cela vous devez "cibler".

La publicité Twitter vous permet de diffuser votre publicité à des comptes correspondant à un hashtag mais aussi similaire à un compte.

Ciblez vos relais d'informations

Vous pouvez sur Twitter créer des audiences personnalisées que vous importez à partir d'un fichier CSV contenant des adresses emails, Numéros de téléphone mobile, Noms d'utilisateurs Twitter.

A vous de créer une liste contenant les identifiants de vos relais d'opinions.

Choisissez les bons tweets

Ne sponsorisez pas tous vos tweets. Choisissez ceux qui engagent le plus. Ce sont ceux qui généralement génèrent le plus de retweet.

VOUS AVEZ AIMÉ CE LIVRE BLANC ?

Aidez nous en le disant sur Twitter !

Partagez l'information auprès de vos followers.

