

TWITTEZ COMME UN PSY

LE 12 DÉCEMBRE 2009 YANN LEROUX

Lorsque j'ai participé au ebook collectif sur Twitter, 127 pages pour comprendre Twitter j'avais hésité à écrire quelque chose de ce genre. Une partie de mon travail est d'aider à rétablir des cohérences et des continuités, aussi suis-je particulièrement gêné par le fait que le fil des discussions se perd très rapidement sur Twitter ...

Lorsque j'ai participé au ebook collectif sur Twitter, 127 pages pour comprendre Twitter j'avais hésité à écrire quelque chose de ce genre. Une partie de mon travail est d'aider à rétablir des cohérences et des continuités, aussi suis-je particulièrement gêné par le fait que le fil des discussions se perd très rapidement sur Twitter. C'est ce manque de cohérence qui fait, à mon avis, que tant de personnes abandonnent Twitter avant même de l'avoir vraiment essayé. D'où ce "Twitter comme un psy" dont vous me direz des nouvelles.

Soyez über ou zerg : vous devez choisir entre être über ou zerg. Dans le premier cas, vous construisez un petit réseau fortement structuré. Un petit nombre de personnes, généralement regroupées autour d'un thème commun, s'échangent des informations. Dans le domaine francophone, la communauté du *personnal branding* est un bon exemple. Dans le second cas, vous comptez plus sur la taille du réseau que sur sa structure. La cohésion est remplacée par les multitudes. Plus le réseau est grand, plus vous augmentez la probabilité d'être au contact avec une information qui vous intéresse. Vous augmentez également la certitude d'être au contact avec une information qui vous est inutile, voire gênante.

Fermez les triangles : vous devez éviter la formation de discontinuité à l'intérieur de votre réseau afin que l'information y circule le mieux possible. Pour cela, la redondance des liens est la clé. Si vous êtes en relation avec A et que A est en relation avec B, alors il peut être intéressant d'être vous-même en relation avec B. Cela permet à l'information de trouver plus facilement son chemin. Un outil comme **MrTweet** vous aidera à trouver les zones denses de votre réseau.

Connaissez votre réseau : quelque soit la taille de votre réseau, vous devez-le connaître. Cela est évident pour les petits réseaux pour lesquels chaque membre est encore clairement identifiable. Dès que le réseau devient suffisamment grand, c'est à dire au delà de cent followers, il devient impossible de différencier clairement chaque membre. Par contre, différentes communautés d'intérêt et leurs leaders devraient apparaître et ceux là sont clairement identifiables. C'est vers eux que vous posterez certains contenus.

Ayez le sens de la conversation : vous êtes lu au delà de celui à qui vous répondez. Aussi, évitez les réponses du type "me too". Au laconique ; "je suis d'accord", préférez le "je suis d'accord pour dire <que le topinambour est le meilleur légume>" qui permettra tous ceux qui vous lisent de reconstruire le sens de la conversation

Présentez vous : remplacez l'image par défaut par une image qui vous représente et prenez le temps de remplir le champ Bio de votre profil. C'est ce champ qui vous présente aux autres, aussi, prenez en soin !

Ne prenez pas toute la place : pensez aux autres ! et laissez de la place pour les RT et le nom de la personne qui fera le RT. Laissez donc une vingtaine de caractères de libres.

Donnez aux autres la possibilité de vous trouver sur Twitter : mettez un lien vers votre compte sur votre blogue, votre profil Facebook, LinkedIn, Viadeo.... **Twittercounter** vous permet d'obtenir des badges Twitter en quelques clics. Si le design de Twittercounter ne vous plaît pas, peut-être trouverez vous votre bonheur dans les **181 badges recensés par twitip** ?

A Twitter, faites comme les twitterers : participez aux événements de vos communautés. Le *follow friday* et le RT ont été inventés par les multitudes : ne les négligez pas. D'abord parce qu'ils signalent que vous connaissez les usages des lieux. Ensuite parce qu'ils sont un moyen très efficaces de faire connaître vos intérêts. Enfin, parce qu'ils vous permettent de trouver d'autres personnes qui partagent avec vous des intérêts.

Postez principalement du contenu en rapport avec vos intérêts : Si vous vous intéressez à la culture du topinambour, postez sur le topinambour, sur son cycle de vie, sur sa biologie, sur son recyclage, sur des recettes de topinambour, sur le topinambour dans l'histoire...

Sortez de la boîte : Si vous vous intéressez à la culture du topinambour, ne postez pas

uniquement sur le topinambour, sur son cycle de vie, sur sa biologie, sur son recyclage, sur des recettes de topinambour, sur le topinambour dans l'histoire... Ouvrez vous aux sujets connexes comme la botanique ou les recettes de légumes. Si vous restez enfermé dans une communauté d'intérêt, nous aurez très peu de chance d'avoir accès a de nouveaux contenu.

Apprenez des autres : regardez ce que font les autres, et essayez de comprendre pourquoi ils le font

Faites comme il vous plait : lisez les *How to* comme celui-là et faites à votre façon.

Ne tweetez pas : tout n'est pas tweetable.

—

» **Article initialement publié sur Psy et Geek**

GREG

le 12 décembre 2009 - 22:49 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK



J'ai trouvé cet article très intéressant, il peut peut-être aider à développer mon blog :)

VOUS AIMEZ



0

VOUS N'AIMEZ PAS



0

LUI RÉPONDRE

1 ping

Les tweets qui mentionnent Twittez comme un psy | Owni.fr -- Topsy.com le 12 décembre 2009 - 16:02

[...] Ce billet était mentionné sur Twitter par Kleiber nicolas, QuiTwitte.fr. QuiTwitte.fr a dit: Twittez comme un psy chez @yannleroux sur @owni <http://icio.us/3btz20> [...]

[uberVU - social comments](#) le 13 décembre 2009 - 1:34

Social comments and analytics for this post...

This post was mentioned on Twitter by quitwitte: Twittez comme un psy chez @yannleroux sur @owni <http://icio.us/3btz20>..