

LE NOUVEAU TWITTER EST UN MÉDIA

LE 15 SEPTEMBRE 2010 BENOIT RAPHAËL

Avec sa nouvelle version, le site de micro-blogging opère un virage aussi stratégique qu'il est structurel. La valorisation et la monétisation des contenus sont le cœur de cette mini-révolution.

Présentée hier dans la nuit, la nouvelle version de Twitter est la plus grosse mise à jour réalisée par le service de micro-blogging depuis son lancement. Le nouveau site sera en ligne en France dans les prochaines semaines, mais si vous voulez vous faire une première impression téléchargez l'application iPad, disponible depuis la fin de l'été. L'esprit était déjà là: le nouveau Twitter est un média.

Un pas vers la monétisation

La motivation est évidente. Pour mieux monétiser son service, Twitter ne veut plus laisser aux tiers la mise en scène des données et des services. Petit à petit, **la firme a repris le contrôle de l'ensemble des territoires digitaux en lançant son application mobile, puis iPad**, constate Niall Harbison sur The Next Web. Et aujourd'hui, avec ce nouveau site.

L'objectif est bien d'apporter de la valeur sur la richesse produite par les core-users du service. De proposer une expérience plus accessible, plus passive aussi, surtout plus proche d'un média ou d'un Facebook, afin d'ouvrir le service au public non initié, mais aussi de mieux qualifier les contenus et l'activité de communauté, et de garder les utilisateurs plus longtemps.

Un pas vers les applications tierces

Tout d'abord, Twitter opère un vrai virage par rapport à sa politique d'hyperdistribution. A l'origine, Twitter est un service extrêmement simple, aride même, mais doté d'une API très ouverte. C'est grâce à elle que des éditeurs tiers, comme Seesmic ou Tweetdeck, ont la possibilité de construire des médias ou des services autour de Twitter. Cette possibilité est toujours ouverte, mais Twitter a désormais intégré le meilleur (enfin presque) de ce que ces applications tierces proposent à leurs utilisateurs. Ce qui en fait un vrai concurrent.

Même si c'est toujours à l'extérieur **qu'il faudra aller chercher la créativité**. Les éditeurs tiers vont devenir la division R&D de Twitter...



Un pas vers Facebook

Désormais, le nouveau Twitter permettra de lire, sur la colonne de droite (élargie pour

l'occasion), les photos et les vidéos envoyées via TwitPic et YouTube (avec qui Twitter a passé un accord de partenariat). Ce qui permet de consulter Twitter comme un média et d'y rester plus longtemps.

Un pas vers les médias

Twitter est un média personnalisé, où vos amis vous aident à trier l'information qui vous intéresse. **25% des tweets sont des liens vers des contenus** et participent donc de ce tri.

Si vous avez déjà lancé l'application iPad, vous avez sans doute remarqué que l'on peut la consulter sans se connecter. Elle se lit comme un média, avec ses rubriques et sa sélection de producteurs Twitter par univers. Avec la lecture des vidéos et des photos, ajoutée à une meilleure contextualisation des tweets (on pourra suivre plus facilement une conversation par exemple), Twitter s'ouvre au grand public.

Une façon d'intégrer la fameuse règle des 90/10/1 (90% sont passifs, 10% participent, 1% sont des contributeurs réguliers) des médias sociaux qui limite Twitter aux core-users de l'info. Le nouveau Twitter tente de mettre en valeur la production des 1%, d'améliorer "l'engagement" (la participation) des 10% et de renforcer l'expérience des 90%.

Jusque là, tout la différence entre Twitter et Facebook était là: Twitter est plus élitiste, mais c'est un lieu d'influence, que l'on l'utilise comme une caisse de résonance. C'est aussi devenu, pour les journalistes et les blogueurs, une sorte de salle de rédaction en réseau. Twitter est devenu plus efficace qu'envoyer un communiqué de presse. Facebook, à l'inverse, c'est le grand public, la communication des masses, un lieu où l'on va chercher sa communauté, son lectorat.


C'est peut-être cette donne que Twitter a voulu inverser. Au risque de se diluer.


Billet initialement publié sur la Social Newsroom

Crédits photo: Flickr CC **respres**



PIERRE
le 17 septembre 2010 - 21:39 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

avec cette règle des 90/10/1, on arrive à 101% ce qui n'est pas si mal :-)

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0 LUI RÉPONDRE

BENOIT RAPHAËL
le 18 septembre 2010 - 12:02 • SIGNALER UN ABUS - PERMALINK 

*@Pierre
;) C'est pour avoir des chiffres ronds.
Disons que les 1% de core-users font partie des 10% qui sont actifs.*

VOUS AIMEZ  0 VOUS N'AIMEZ PAS  0 LUI RÉPONDRE

2 pings

Mon Nouveau Twitter est arrivé | Diane Bourque le 26 septembre 2010 - 22:36
[...] *Le nouveau Twitter est un média (OWNI) [...]*

Le nouveau Twitter | Le blog de Nordnet le 15 septembre 2012 - 13:33
[...] *<http://twitter.com/newtwitter>[http://www.presse-citron.net/nouveau-twitter-la-video](http://www.presse-citron.net/nouveau-twitter-la-videohttp://owni.fr/2010/09/15/le-nouveau-twitter-est-un-media/)<http://owni.fr/2010/09/15/le-nouveau-twitter-est-un-media/>
<http://fr.wikipedia.org/wiki/Twitter> Partager : Mots-clés : c'est quoi le micro blogging, c'est quoi twitter, c'est quoi un miccro blog, c'est quoi un tweet, évolution twitter, média twitter, messages twitter, micro blog, micro-blogging, nouveau twitter, présentation twitter, qu'est ce qu'un tweet, qu'est ce que twitter, utiliser twitter Voir les commentaires [...]*

