

TWITTER DANS LA CATÉGORIE DE GOOGLE: DU GAZOUILLIS AU VACARME!

LE 22 AVRIL 2009 ERIC SCHERER

Nous avons souvent parlé ici de Twitter. Tim O'reilly, le père du Web 2.0, qui estime que cet outil de la conversation mondiale, symbole du web instantané, joue désormais dans la catégorie de Google, nous donne l'occasion de faire un point sur son apport pour les médias. Mais le plus dur d'abord, pour Twitter, est d'en [...]

Nous avons souvent parlé ici de Twitter. Tim O'reilly, le père du Web 2.0, qui estime que cet outil de la conversation mondiale, symbole du web instantané, joue désormais dans la catégorie de Google, nous donne l'occasion de faire un point sur son apport pour les médias.

Mais le plus dur d'abord, pour Twitter, est d'en donner une définition simple et attrayante ! L'usage, comme souvent sur le web, a été détourné. Il ne s'agit plus –ou de temps en temps pour personnaliser ses contributions– de répondre à la question « *What are you doing ?* » . Mais bien plutôt de partager, **en temps réel, découvertes et réflexions, coups de coeur et coups de gueule, avec une communauté**. C'est comme un bon titre ! Et il est facile en 140 caractères de donner un lien pour illustrer son propos et emmener son lecteur vagabonder.

Seule la pratique, très simple, permet de découvrir le potentiel et la richesse des gazouillis !

C'est devenu pour beaucoup, un média personnel sur mesure. Il permet de rester informé, sur ordinateur ou téléphone portable, via des médias, anciens et nouveaux, sélectionnés, et de suivre des individus dont l'avis et les recommandations comptent pour nous. Il permet de s'exprimer et de partager.

Politiques, marques, sportifs et célébrités se sont engouffrés. Barack Obama l'a utilisé pour dévoiler le nom de son co-listier. Le Quai d'Orsay a son flux. Mais chacun suit qui il veut !

Les récentes rumeurs sur un rachat possible par Google, donnent une idée de l'enjeu : **l'indexation du web en temps réel**.

Car Twitter, c'est l'immédiateté inhabituelle d'un moteur de recherche « live », qui donne une image de ce qui se passe d'important en direct, alors que Google met quatre à six heures pour indexer.

C'est un peu la fin de la domination du "search" et le début de celle de la découverte d'informations via l'actualisation de flux en temps réel, comme le font, depuis longtemps, les agences de presse.

Quand l'information s'emballe, seuls les journalistes avaient jusqu'ici la chance de rester accrochés aux téléscripteurs. Aujourd'hui, les « news junkies », les accros de l'info, peuvent en faire autant ! Twitter, qui privilégie brièveté et concision, est beaucoup plus proche du monde des médias que les autres grands réseaux sociaux (Facebook, MySpace, YouTube...).

La plate-forme Twitter a surgi sur les radars des médias lors du tremblement de terre en Chine en mai 2008, puis, spectaculairement, lors des attaques à Bombay à l'automne. Dans les deux cas, ce sont des témoins, sur place, qui ont donné l'alerte via Twitter, et leurs téléphones portables, plus vite que les agences, plus vite que les télévisions.

Twitter a aussi recueilli les premiers témoignages et des photos après l'atterrissage forcé dans l'Hudson d'un airbus d'US Airways à New York, et plus récemment les témoignages des manifestants en Moldavie.

Pour les médias, Twitter c'est d'abord

une alerte (surveillance avec des mots clé) sur de possibles « breaking news » et un outil de veille. Certaines rédactions, comme celles du Telegraph à Londres, ont mis Twitter sur leur mur d'images. (Le compte BreakingNewsOn comptait mi-avril plus de 200.000 followers sur Twitter, l'équivalent des lecteurs d'un quotidien !)

un canal d'infos et de témoignages en continu et "live" (à vérifier)
une source d'intelligence collective.

Twitter c'est aussi pour eux la possibilité de :

couvrir des événements en direct et diffuser l'information: le Washington Post « twitte » des briefings de la Maison Blanche, L'Express « twitte » depuis le Festival de Cannes, LePost depuis le congrès du PS à Reims. CNN y donne ses Breaking News, Vanity Fair sa couverture des Oscars. Sky News a même nommé un **rubriquant Twitter** !

bâtir des communautés autour de l'information, recevoir le feedback des lecteurs et de l'audience, améliorer la relation client, comme le Des Moines Register, ou le Chicago Tribune, dont « **l'ours** » **est entièrement composé d'adresses Twitter.**

enrichir leur offre, comme l'a fait Current.tv, lors de la soirée des élections américaines, en proposant sur le côté de l'écran, un flux « live » de réactions et de commentaires. Comme le fait aussi le site du Telegraph, en intégrant sur certaines de ses pages un flux Twitter autour d'événements (Obama, G20...)

rester connectés sur l'air du temps, prendre le pouls de la société plus rapidement que par les blogs !

Twitter est utilisé par des news junkies qui visitent des sites d'infos deux à trois fois plus souvent que la moyenne. "Que vous le vouliez ou non, Twitter est train de révolutionner rapidement la manière dont fonctionne l'ensemble de l'écosystème de l'information, du journaliste au consommateur, en effaçant les lignes entre les deux ». (Andrew Lipsman – Comscore)

Twitter en quelques chiffres :

Près de 14 millions d'utilisateurs dans le monde, en hausse de 131% en un mois !

Croissance de plus de 1.300 % en un an !

Un staff de moins de 30 personnes.

Pas pour les ados ! l'âge moyen des « gazouilleurs » est compris entre 35 et 49 ans ! La tranche 45-54 ans est particulièrement représentée ! 62% twittent depuis le bureau. **L'usage semble professionnel.**

En janvier, 735.000 personnes y sont allés via leurs téléphones mobiles.

Seulement la moitié des utilisateurs sont aux USA. Le Japon est un grand gazouilleur ! 3ème, la Grande Bretagne, suivie de l'Allemagne, le Canada et le Brésil.

Plus de 1.000 comptes de journaux US y sont ouverts !

Au Royaume Uni, **Twitter a plus de visiteurs que le Guardian, le Times, le Telegraph ou le Sun !**

Hier CNN a envoyé une alerte « Breaking News » pour le 1er internaute ayant atteint un million de « followers » !

Outils les plus pratiques :

Tweetdeck : mieux visualiser Twitter, sans « browser », sur plusieurs colonnes, et créer des groupes.

Twitterfall : la cascade de twits en direct ! Sélection par thème, localisation...

Tweetgrid : permet de surveiller plusieurs sujets à la fois

TwitPic : partager ses photos

Blip.fm : partager des morceaux de musique

Twhirl : pour surveiller Twitter et d'autres réseaux sociaux

Twittervision : visualisation planétaire des twits !

Twitterfox : pour le browser Firefox

Twitscoop, Twist, Monitter : capteurs de tendances

Twitterlocal : localiser les twits

Twellow : l'annuaire pages jaunes de Twitter

Twiterrific : pour l'iPhone

Greasmonkey (et les extensions Twitter) : pour enrichir son flux, sur Firefox, avec des photos, vidéos et autres fonctionnalités

Breaking Tweets : "world news twitter-style" !

Twitter c'est aussi :

Un réseau de communication, et l'une des manières les plus faciles d'être en relation immédiate avec d'autres personnes : plus facile que l'email, aussi simple et plus pratique que les textos.

Comme l'explique son co-fondateur, Evan Williams, **un système de mise en relations asynchrone, désorganisé et asymétrique** : la communauté que l'on suit est différente de celle qui nous suit. Ce qui permet d'être à peu près sûr de rien rater ou presque ! Mais aussi d'être libre d'y passer chaque semaine une minute ou deux heures. Aucune importance !

Une immense base de données, accessibles instantanément. Un outil de sondage.

Comme Flickr pour les photos, Del.icio.us pour les bookmarks ou Youtube pour les vidéos, Twitter agrège les flux de discussions, en temps réel.

Twitter est devenu un outil important du **marketing sur Internet** (Universal Pictures, Virgin Media, Gorillaz), pour **surveiller en temps réel sa marque** (Dell, Starbucks) et donner l'air du temps. Il a aussi envahi les salles de marché (TradeMonster, StockTwits) et sert d'outil d'intelligence économique.

Un outil de dialogue d'hôtels et de compagnies aériennes avec leurs clients.

Un réseau qui siphonne l'énergie des blogueurs et donne un coup de vieux aux blogs!

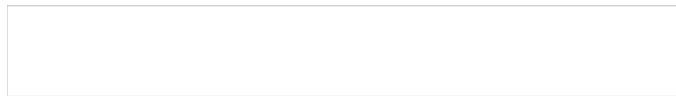
Utilisations inattendues :

Une camionnette de plats à emporter prévient les habitants de son arrivée dans le quartier à SF!

Un boulanger de Londres prévient que sa fournée vient de sortir du four !

Les limites de Twitter sont réelles !

Le manque cruel de contexte !



Nombreux sont ceux qui lui préfèrent **FriendFeed** qui donne plus de place au texte et organise mieux les conversations.

Des **chercheurs américains estiment même que Twitter ou Facebook peuvent nuire** aux valeurs morales en raison d'un manque de recul qui nuit à la compassion.

Twitter, après 3 ans d'existence, n'a pas encore de modèle d'affaires, mais a déjà refusé des offres de rachat de plusieurs centaines de millions de dollars. Il a levé en février un financement supplémentaire de 35 millions de dollars. Cet investissement, qui vient compléter un financement de 20 millions l'année dernière, est réalisé par deux fonds d'investissements, Benchmark et International Venture Partners. Ses dirigeants s'orientent vers des services premium avec de la publicité. Un 1er test est lancé avec **ExecTweets**, sponsorisé par Microsoft. **Et Eric Schmidt, CEO de Google, vient de dire que Twitter est monétisable !**

Twitter est chronophage et peut sembler envahissant.

Twitter est discourtois ! Qui n'enrage pas de voir son auditoire occupé à gazouiller ?

*(ce billet a été publié sur **AFP Médiawatch**)*