

Twitter

Comment repérer les influenceurs à suivre ?

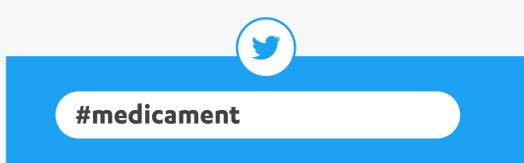
étape 1

Déterminer votre domaine de veille

À chacun ses influenceurs. Tout dépend de ce qui vous intéresse. La première chose à faire est de bien définir les sujets qui vous intéressent et le type d'informations que vous voulez suivre (informations, débats, polémique, contenus scientifiques...).



étape 2



Établir vos hashtags de recherche

Le hashtag (#) fonctionne comme un marqueur thématique dans les milliards de tweets émis en continu. Certains # comme #hopital ou #medicament peuvent vous permettre de faire un premier tri,

Filtres de recherche

De tout le monde

Partout

puis d'affiner grâce aux outils de recherche (sur ordinateur : sur la colonne de gauche à côté du fil de tweets / sur les smartphones : dans la fonction recherche – la loupe en bas). Attention, l'accentuation des lettres compte et peut faire évoluer les résultats de recherche.

étape 3

Repérer les auteurs de tweets les plus pertinents pour vous

Deux mécanismes régissent Twitter : les influenceurs dit « de volume » sont les personnes les plus retweetées, celles qui traitent de nombreux sujets d'actualités tout en restant globalement généralistes. De l'autre côté certains influenceurs dit « de pertinence » sont connus et reconnus pour leur maîtrise d'un sujet particulier, ceux-ci sont focalisés sur un domaine d'expertise et ne traitent que de ce sujet. Selon votre préférence abonnez-vous à ces influenceurs pour être à la pointe de l'information !



étape 4

Étudiez le compte de l'émetteur

Examinez le compte auquel vous venez de vous abonner : nombre d'abonnés, nombre de tweets émis, favoris, profil des abonnés du compte... Sachez qu'en général, les plus grands influenceurs sont certifiés par Twitter lui-même grâce à un petit badge bleu en dessous de leur photo de profil. Cela confirme que ce n'est pas un compte usurpé, ou un faux compte (un « fake »).

Dans la mesure du possible, essayez de comprendre qui parle. Pour cela, n'hésitez pas à regarder son compte LinkedIn, son blog quand il en a un, ses « traces » sur Google, etc. Cette vérification est d'autant plus importante si vous utilisez votre compte de façon professionnelle.



étape 5

Utilisez des outils d'évaluation simple

Pour aller plus loin, vous pouvez utiliser des outils simples d'évaluation du compte et/ou des hashtags tels que socialmention (<http://www.socialmention.com/>) qui qualifie le compte de façon chiffré. Intéressant, tout en gardant de la réserve. Car aujourd'hui, seuls des services payants permettent de mesurer très précisément l'influence d'un compte et, mieux encore, qui sont les vrais influenceurs sur une thématique. Des outils qui permettent de constater que les plus suivis ne sont pas toujours les plus influents sur Twitter. Comme toujours et quel que soit le média, c'est la qualité/la force de l'information délivrée et surtout la capacité à être suivi par une communauté importante et elle-même influente qui fait l'influenceur.

