



# Séance 1 : Faire de la veille sur Twitter

## 1. Qu'est-ce qu'une veille stratégique ?

La veille stratégique est un processus de **collecte** et de **traitement** d'informations relatives au marché, à l'environnement **concurrentiel** et aux partenaires de l'organisation. Il est aussi possible de mettre en place une veille thématique (juridique, économique...).

Dans notre cas, nous allons mettre en place une veille afin de surveiller, analyser et exploiter les actions et stratégies des concurrents de notre entreprise, mais aussi pour surveiller notre E-réputation.

## 2. C'est quoi Twitter ?

Twitter est un réseau social créé pour **partager** et **informer** des millions de personnes instantanément. Les internautes qui utilisent Twitter sont limités à **280 caractères maximum** : ce qui permet de lire un grand nombre d'informations en peu de temps. Il est aussi possible de partager des photos et des vidéos.

**Activité :** Compléter les éléments ci-dessous pour mieux cerner votre entreprise



Nom de l'organisation : .....

Descriptif de d'activité : .....

.....

**Activité :** Compléter les éléments ci-dessous pour identifier la présence de votre entreprise sur Internet et les réseaux sociaux



Adresse internet du site de l'organisation :

.....

Comptes sur Twitter de l'organisation (du type @airfrance) :

Comptes	Nom du compte	Abonnés
@ .....	.....	.....
@ .....	.....	.....
@ .....	.....	.....

## Activité : Identifier des comptes fiables en utilisant la base de Twitter



Pour trouver des concurrents, des experts dans votre domaine d'activité, etc., il faut effectuer une recherche dans la **base** de Twitter :

- Par **comptes** : @..... (exemple : @airfrance)
- Par **mots-clés** : # ..... (exemple #transport)

### 1. Chercher 6 concurrents du domaine d'activité

@	@	@
@	@	@

### 2. Chercher 2 comptes institutionnels (Ministère en charge des transports...)

@	@
---	---

### 3. Chercher 2 comptes d' "experts" du domaine (journalistes, spécialistes du domaine...)

@	@
---	---



**Pour aller plus loin :**

### 4. Identifier des mots-clés en lien avec votre domaine d'activité

#..... - #..... - #..... - #.....
#..... - #..... - #..... - #.....

## POUR VOUS AIDER À... vérifier la fiabilité des sources et de leur contenu

- ✓ Vérifier si le compte est certifié ou non (cf : logo)
- ✓ Vérifier la source : journaliste, entreprise, consommateur...
- ✓ S'attarder sur la clarté du tweet (orthographe...)
- ✓ Observer si les informations tweetées sont récentes



## Séance 2 : Faire de la veille sur Twitter

### 3. Utiliser la veille pour collecter des informations :

La veille est un processus **dynamique** qui nécessite du temps pour **analyser** au quotidien nos concurrents, les avis des particuliers ou des experts... Grâce à cela, il est par exemple possible d'identifier les **actions** ou les **stratégies marketing** des entreprises rivales (offres, concours, nouveautés) et de vous en inspirer pour réagir face à un risque potentiel ou une opportunité pour votre entreprise. Il est aussi important de surveiller sa **E-réputation** !

**Activité** : À partir des comptes Twitter et des mots-clés identifiés lors de la séance 1 (*fiche 1*) vous devez :

#### 1- Identifier 4 tweets de clients mécontents (**surveiller sa e-réputation**)

- 1  Source : @.....  
Date : .....
- 2  Source : @.....  
Date : .....
- 3  Source : @.....  
Date : .....
- 4  Source : @.....  
Date : .....

#### 2- Identifier 2 tweets portant sur des innovations (**effectuer une veille technologique**)

- 5  Source : @.....  
Date : .....
- 6  Source : @.....  
Date : .....

#### 3- Identifier 2 tweets de promotion de vos concurrents (**effectuer une veille concurrentielle**)

- 7  Source : @.....  
Date : .....
- 8  Source : @.....  
Date : .....  
Année 2017-2018

4- À partir des tweets identifiés, quelles décisions prendriez-vous pour l'organisation ?

*Compléter le tableau ci-dessous*

Tweet choisi	Décision proposée (stratégique / opérationnelle)	Ressources à mobiliser
N° .....		
N° .....		
N° .....		



**Pour aller plus loin :**

5- Trouver d'autres réseaux sociaux sur lesquels votre entreprise est présente

.....

.....

.....

.....

## Le vocabulaire de Twitter

**Abonnement** : Ce chiffre reflète le nombre de comptes auxquels vous êtes abonnés, il est visible sur votre page d'accueil Twitter ou sur votre page de profil.

**Hashtag** : Correspond à un terme précédé du symbole #. Sert à recenser les Tweets autour d'un thème commun et à créer une conversation. Un hashtag transforme aussi un terme en lien de recherche.

**Mentionner** : Le fait de mentionner un utilisateur dans un Tweet en précédant son nom d'utilisateur du symbole @.

**Retweeter** : Retweeter un tweet est un peu comme faire suivre un e-mail à votre carnet d'adresses.