Vos abonnés Twitter sont-ils de meilleurs ambassadeurs que vos fans Facebook ?

Une récente étude (mars/avril 2010 – entretiens qualitatifs avec 44 personnes suivie d'un questionnaire en ligne ayant permis d'analyser 1506 réponses) menée par l'éditeur Exact Market tendrait à démontrer que les abonnés au compte Twitter d'une marque ou d'une organisation en sont de plus fidèles ambassadeurs que leurs fans Facebook.

L'intégralité des résultats peuvent être téléchargés ici, sur le site de l'éditeur.

Après les réserves et précautions d'usage,

2 remarques en particulier :

1. La base d'utilisateurs de Twitter est beaucoup plus faible, seuls 3% des internautes américains utilisant Twitter.

Il reste que les abonnées à une marque sur Twitter sont des prescripteurs (influenceurs) plus actifs, alors que les fan Facebook seraient plus représentatifs du consommateur habituel.

2. Les utilisateurs de Facebook sont en contact avec la marque dans la vie réelle, avant d'en devenir fan.

Cela peut expliquer les plus faibles pourcentages obtenus pour ce média.

On trouvera ci-dessous quelques uns des résultats tirés de l'étude :

- **Tendance à acheter**

- **Tendance à prescrire**

- **Motivations**

Il n'est naturellement pas question de retenir tel ou tel canal au détriment de tel autre, mais de réussir les bonnes combinaisons entre le public, le message, et le canal.

Ainsi, l'étude propose 12 manières d'intégrer ces différents canaux, par exemple :

- Créer un segment d'adresse mail des abonnés au compte Twitter, et leur envoyer des emails spécifiques.
- Inclure dans les mails un lien sur les compte Twitter et Facebook, ainsi qu'un lien sur les boutons SUIVRE et J'AIME
- Tweeter les nouveaux posts publiés sur Facebook
- Inclure dans les emails, les questions posées sur Twitter et Facebook
- …..

Mais dans le même temps, les citations de personnes interrogées, telles que

> *« J'utilise les emails principalement pour mes communications professionnelles et personnelles. Facebook est réservé aux loisirs et divertissements. Twitter est une bonne manière de se maintenir informé sur ce qui se passe dans le monde »*
>
> *"Je préfère être contacté par mes interlocuteurs de la même manière que je les ai contacté. Les lignes de communication ne sont pas croisées »*
>
> *« Je suivrais une compagnie quel que soit le canal, cela n'a pas d'importance »*

semblent montrer la volonté des internautes de ne pas mélanger les genres, et indiquer la limite de l’exercice.