

Les Utilisateurs Twitter

Etude des usages & attitudes en France

David Sourenian
Research Manager - Twitter France
[@sourenian](#)



271M

UTILISATEURS ACTIFS
MENSUELS DANS LE MONDE

(Twitter ne communique ses volumes d'audience qu'une fois par trimestre au moment de la publication des résultats financiers, sur une base internationale)



Source : Twitter Internal

Méthodologie d'étude

A travers cette étude, Twitter a souhaité comprendre les comportements des utilisateurs et la façon dont ils se segmentent.

Le questionnaire comporte de nombreuses questions centrées sur le usage des utilisateurs avec des focus spécifiques sur les types de marques suivies et centres d'intérêts, permettant ainsi de segmenter par secteur, cible, type d'utilisateur de Twitter etc. Les données de profil et de cadrage proviennent de Global Web Index.



Echantillon

@TwitterResearch

- 1200 répondants via le panel Nielsen France
- 16 à 64 ans
- Utilisateurs de Twitter 30 derniers jours
- Novembre 2013
- Représentativité :
 - Sexe
 - Age
 - Fréquence d'utilisation

↩ Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More



59

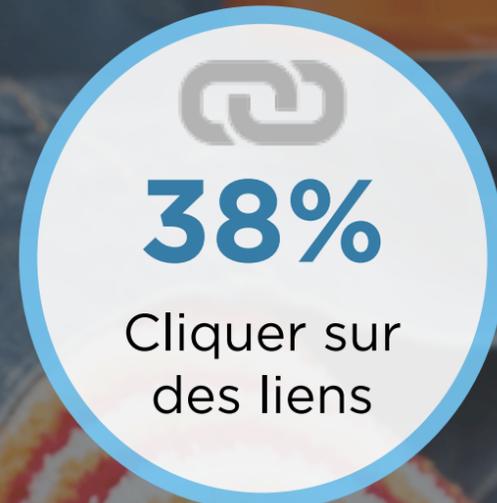
%

**UTILISENT TWITTER CHAQUE
JOUR, DONT 38% PLUSIEURS FOIS**

Segmentation +/- 45 ans : 63% Vs. 45%

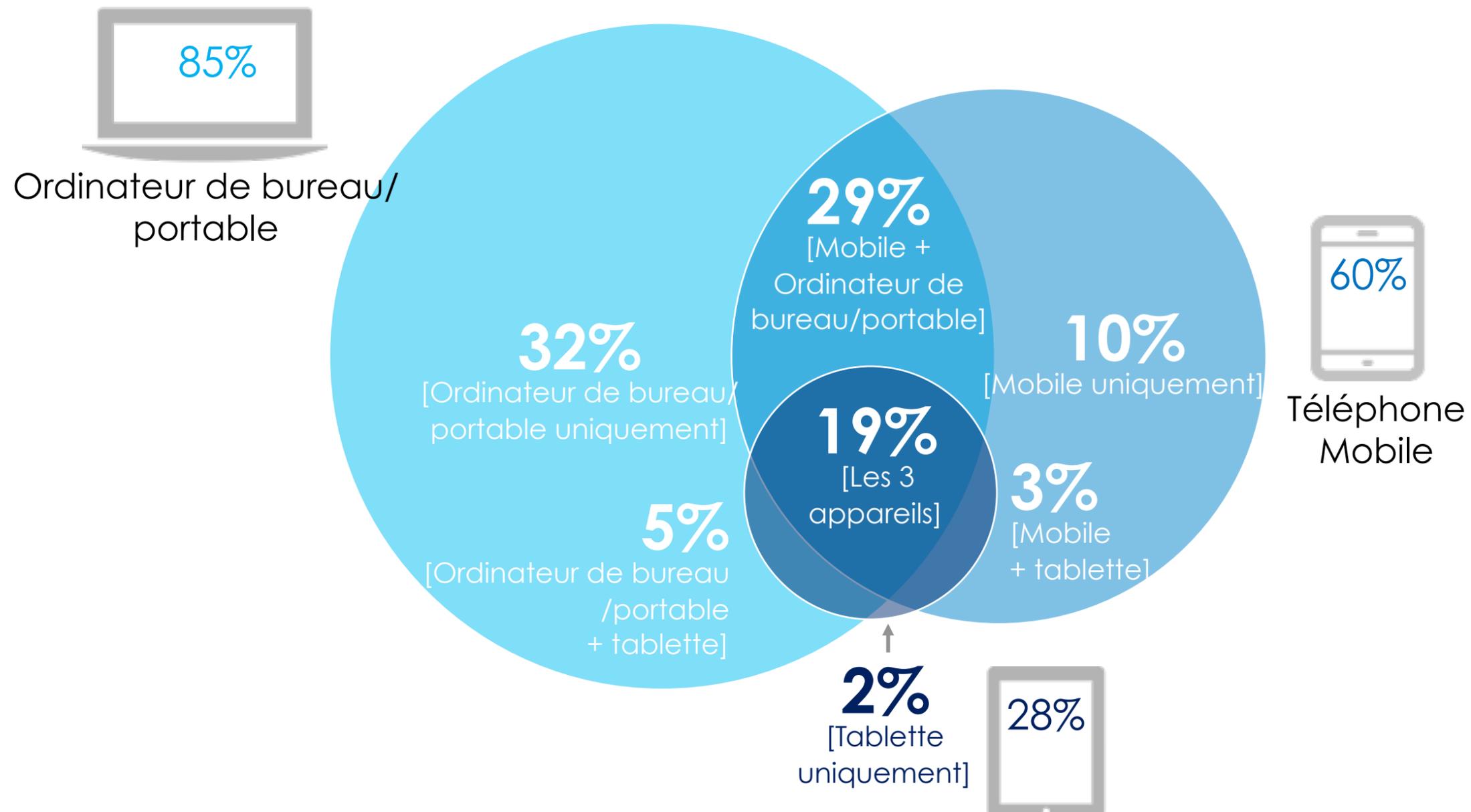


Un large éventail de fonctionnalités Twitter sont utilisées au quotidien



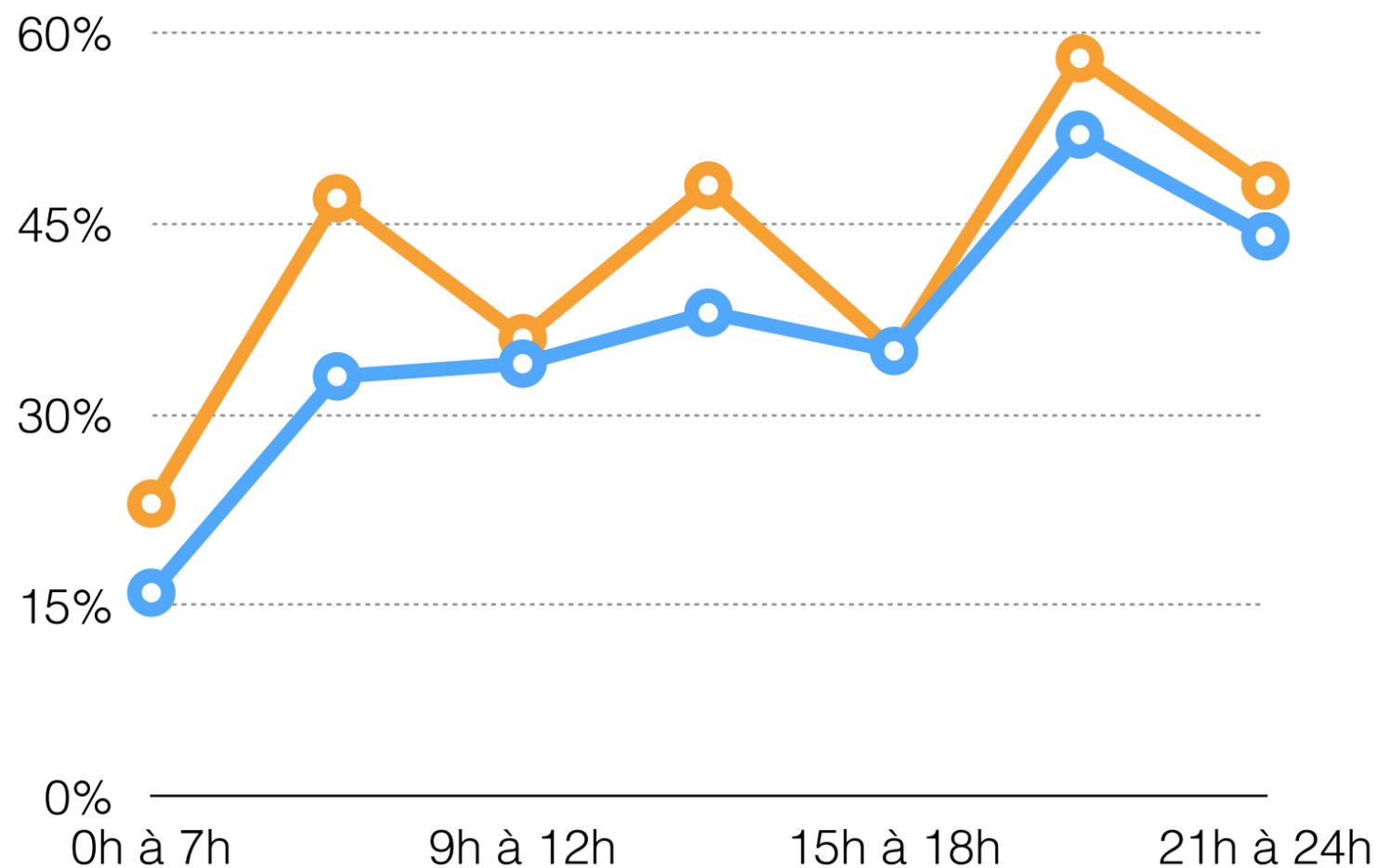
Plus de la moitié utilisent plusieurs devices pour accéder à Twitter

19% utilisent Twitter sur les 3 devices

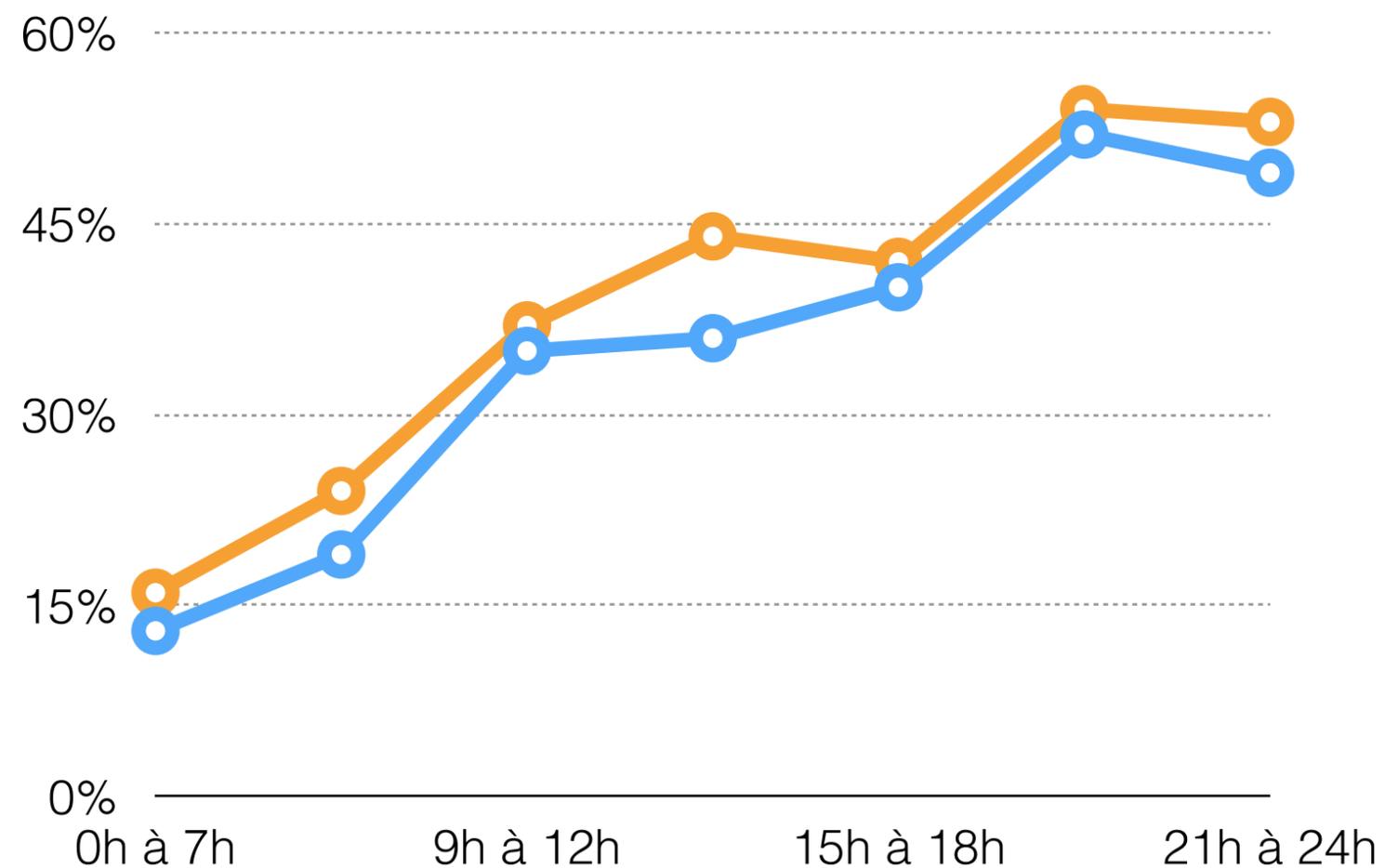


L'utilisation varie selon le moment de la journée et de la semaine

En semaine



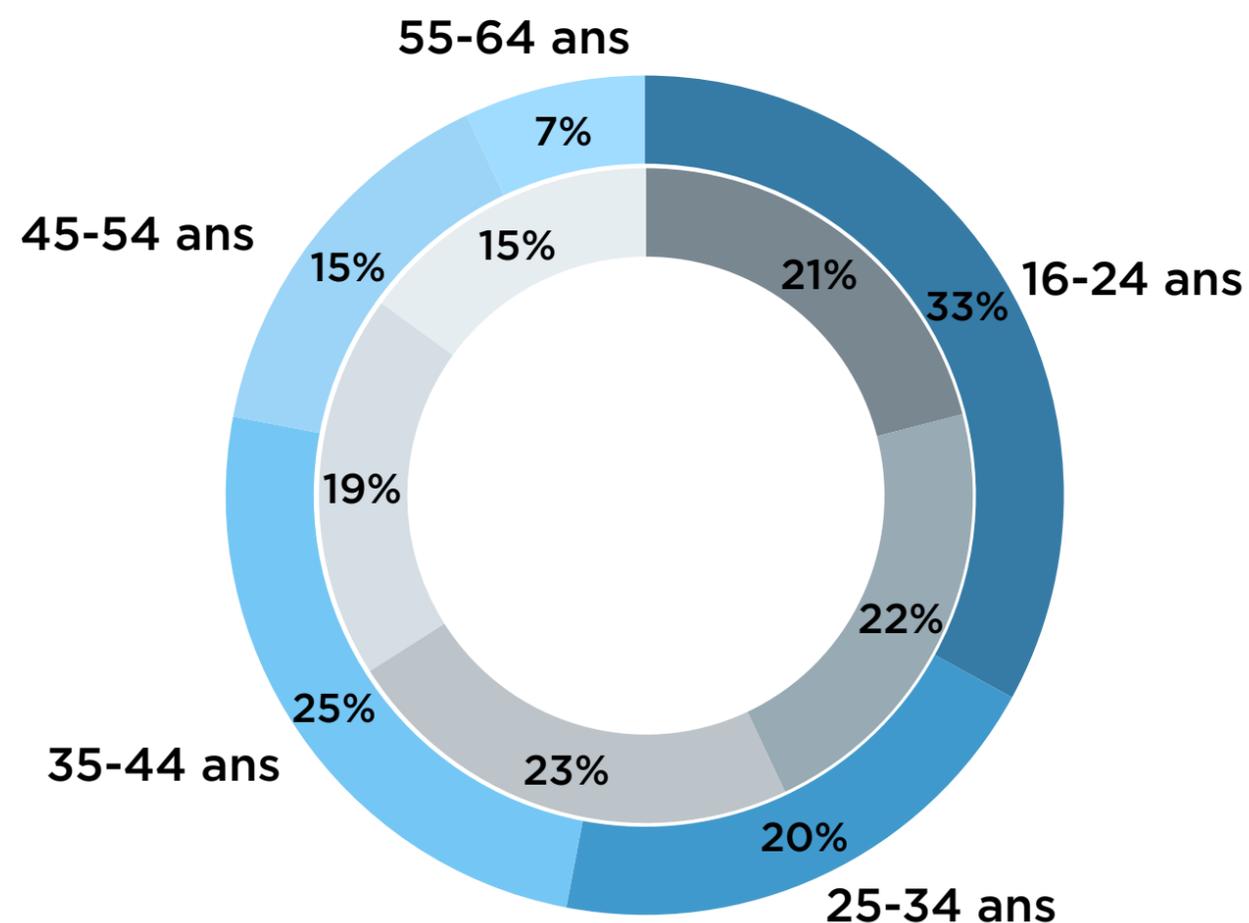
Le week-end



● Twitter FR ● Twitter FR principalement sur Mobile



Des utilisateurs un peu plus jeune et plus instruits que la moyenne des internautes



45%

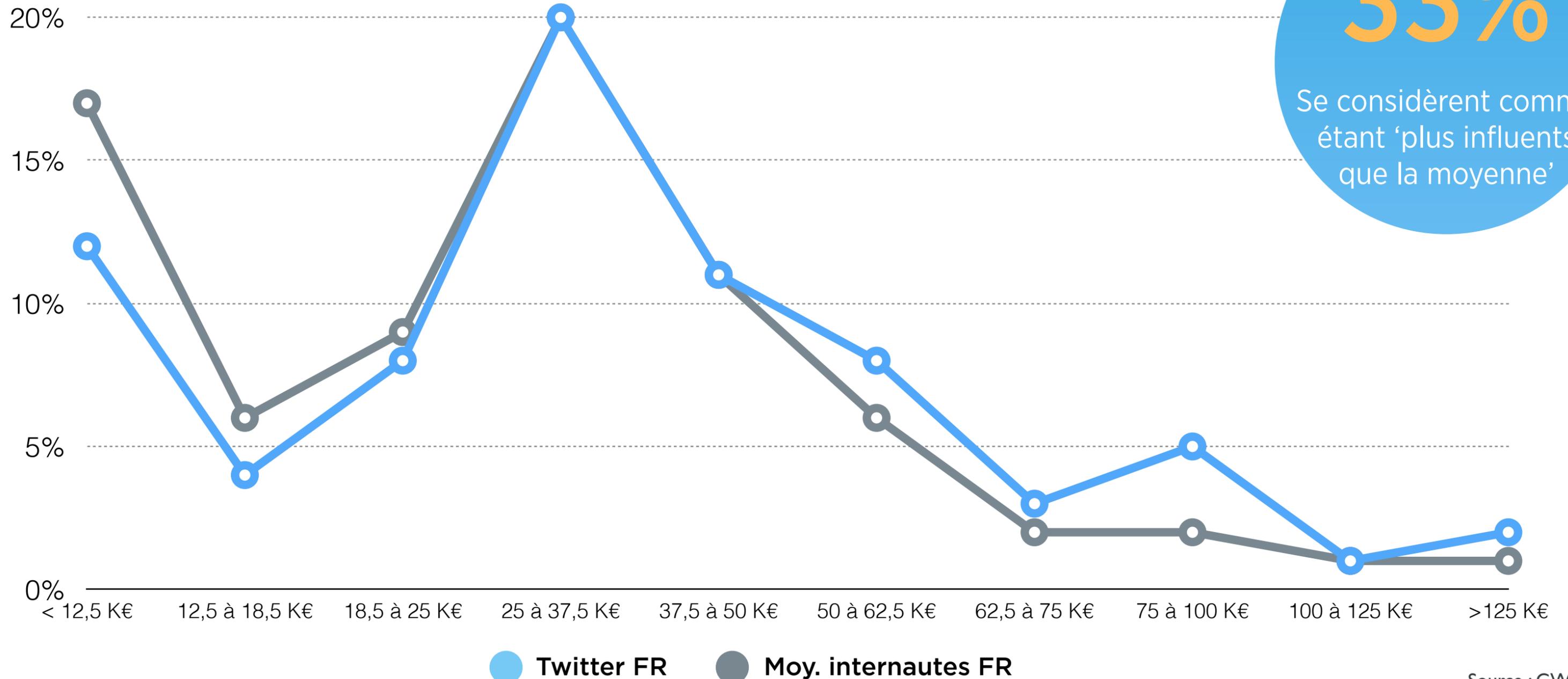
sont titulaires d'un diplôme universitaire (+51% Vs. moyenne)

Rappel : Segmentation +/- 45 ans sur l'usage quotidien : 63% Vs. 45%

● Twitter FR ● Moy. internautes FR



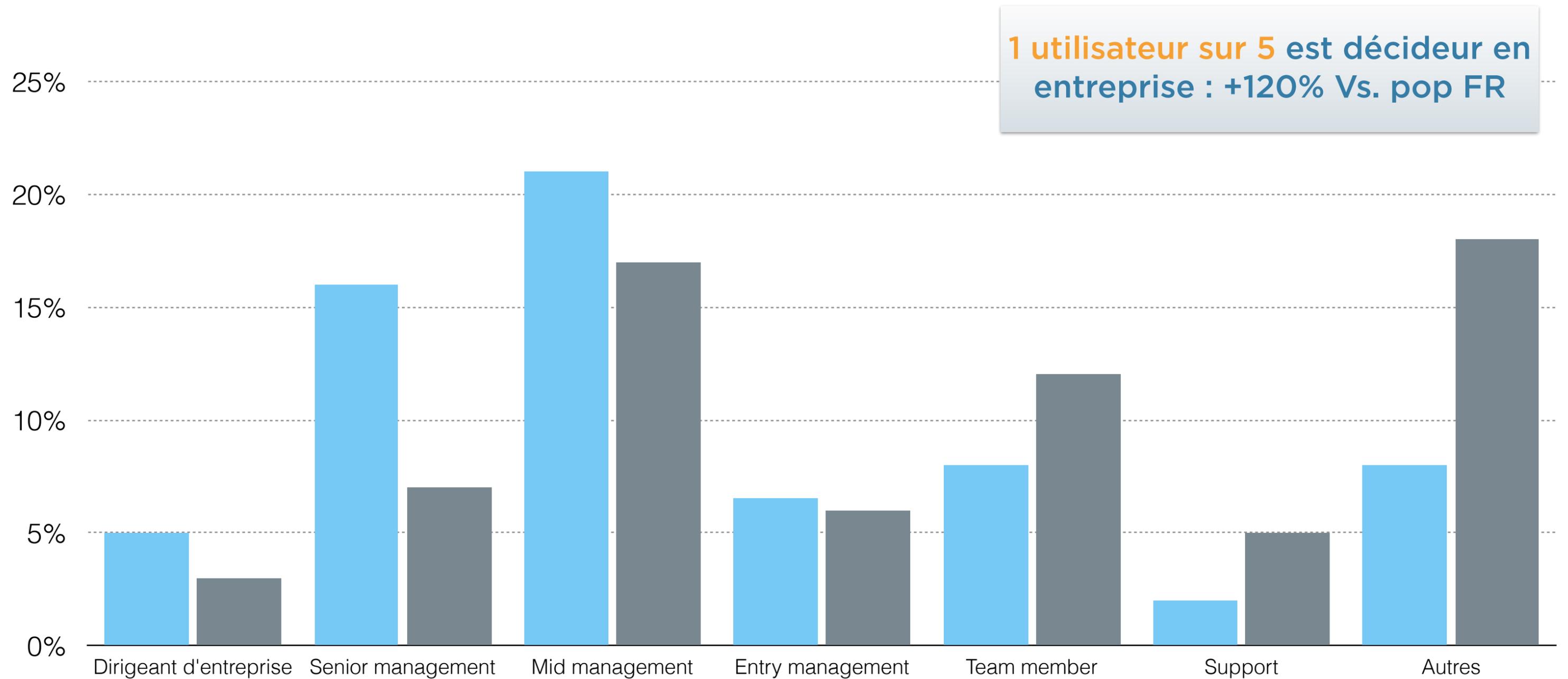
Les profils à hauts revenus sont également surreprésentés



33%
Se considèrent comme étant 'plus influents que la moyenne'



Tout comme les fonctions de management



● Twitter FR ● Moy. internautes FR

Une audience composée d'influenceurs qui aiment partager



3 sur 4 Aiment essayer de nouveaux produits



70% aiment partager leurs avis/experience avec leur entourage



84% cherchent constamment à progresser dans la vie / en expertise



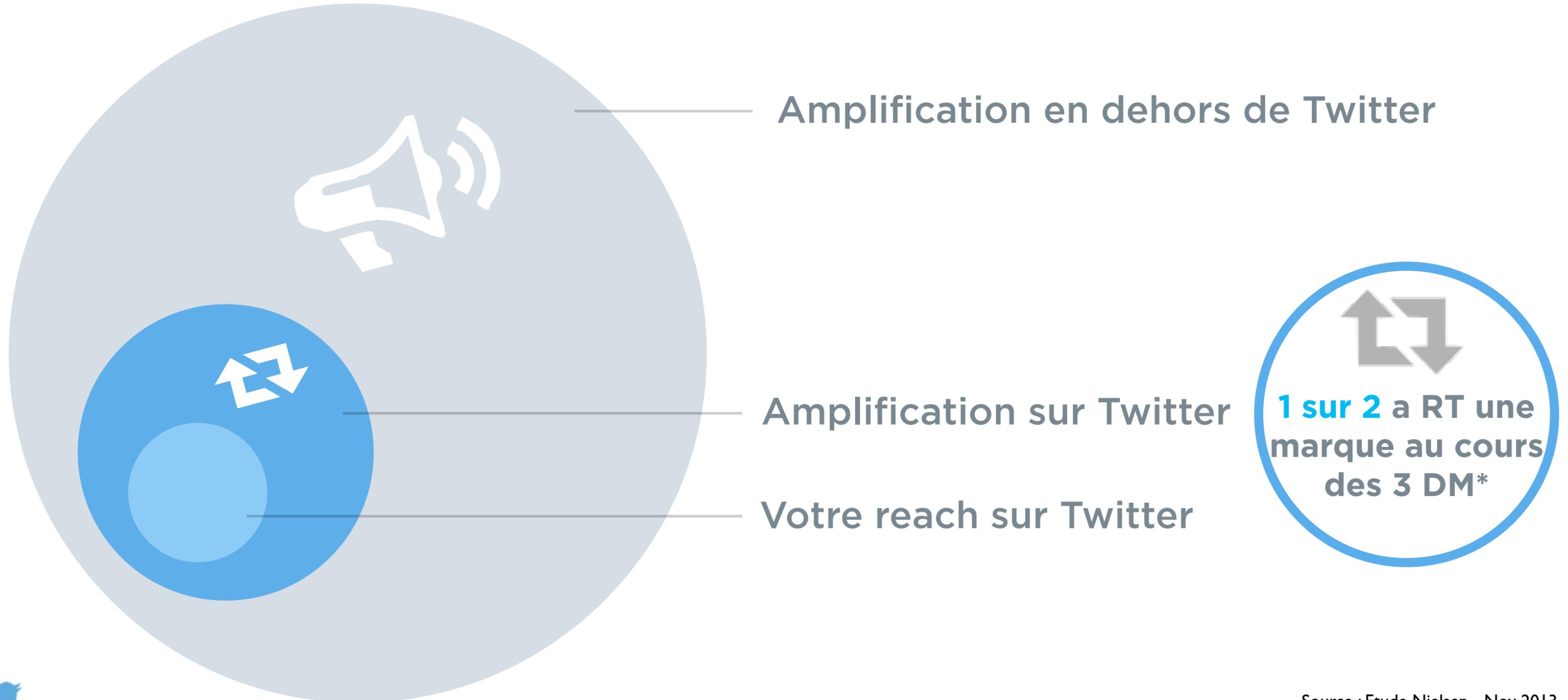
3 sur 4 s'intéressent aux autres cultures et pays



4 sur 5 souhaitent être constamment au courant des dernières actu



Ces influenceurs vont partager leur expérience sur et en dehors de Twitter



* Sur la base des followers de marques ; 3DM = 3 Derniers mois

Source : Etude Nielsen - Nov 2013
Base : tous les répondants

Ils vont notamment y partager des contenus émanant de marques



Parmi eux ...

avec photo



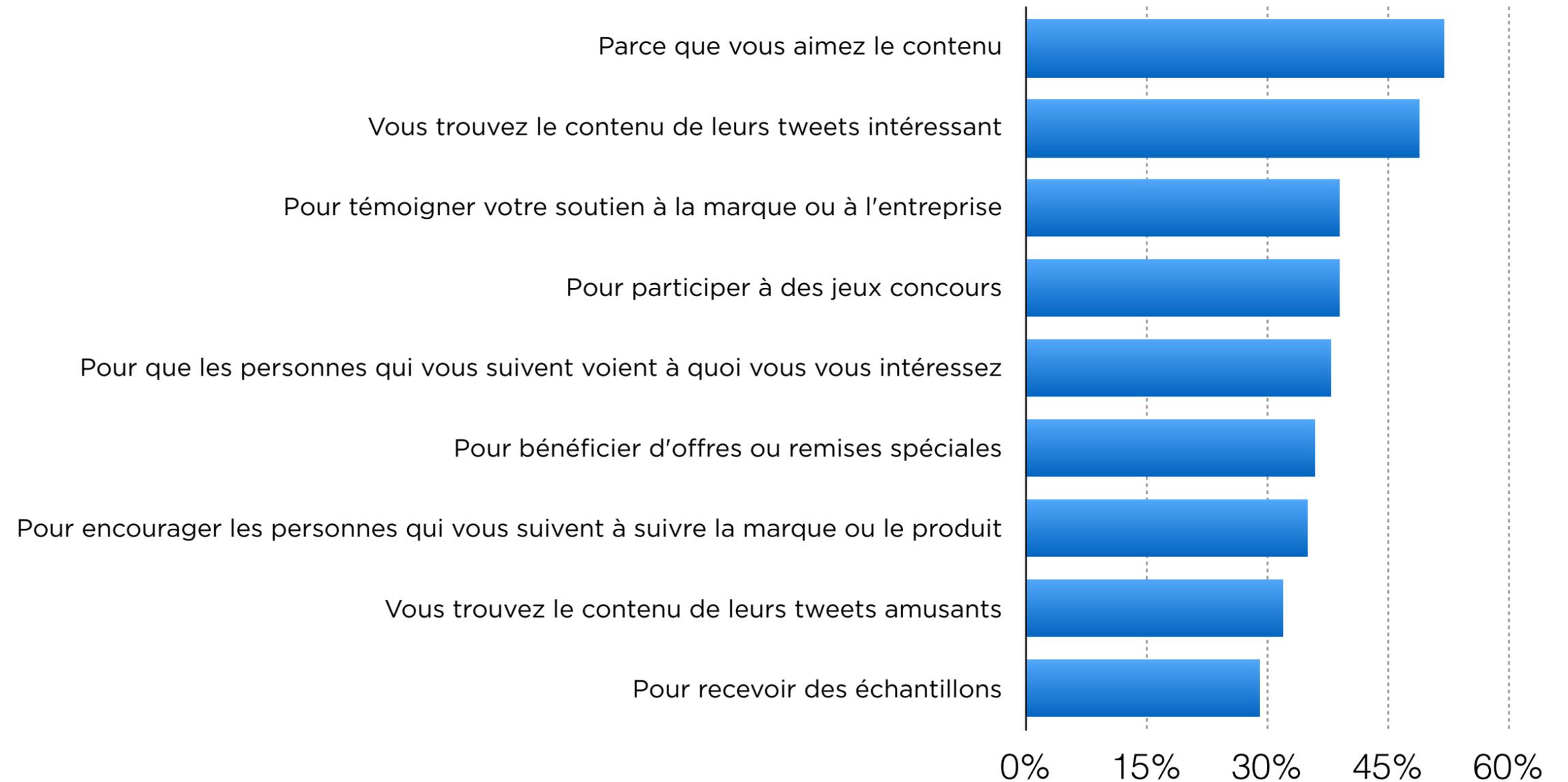
41%

Vidéo



35%

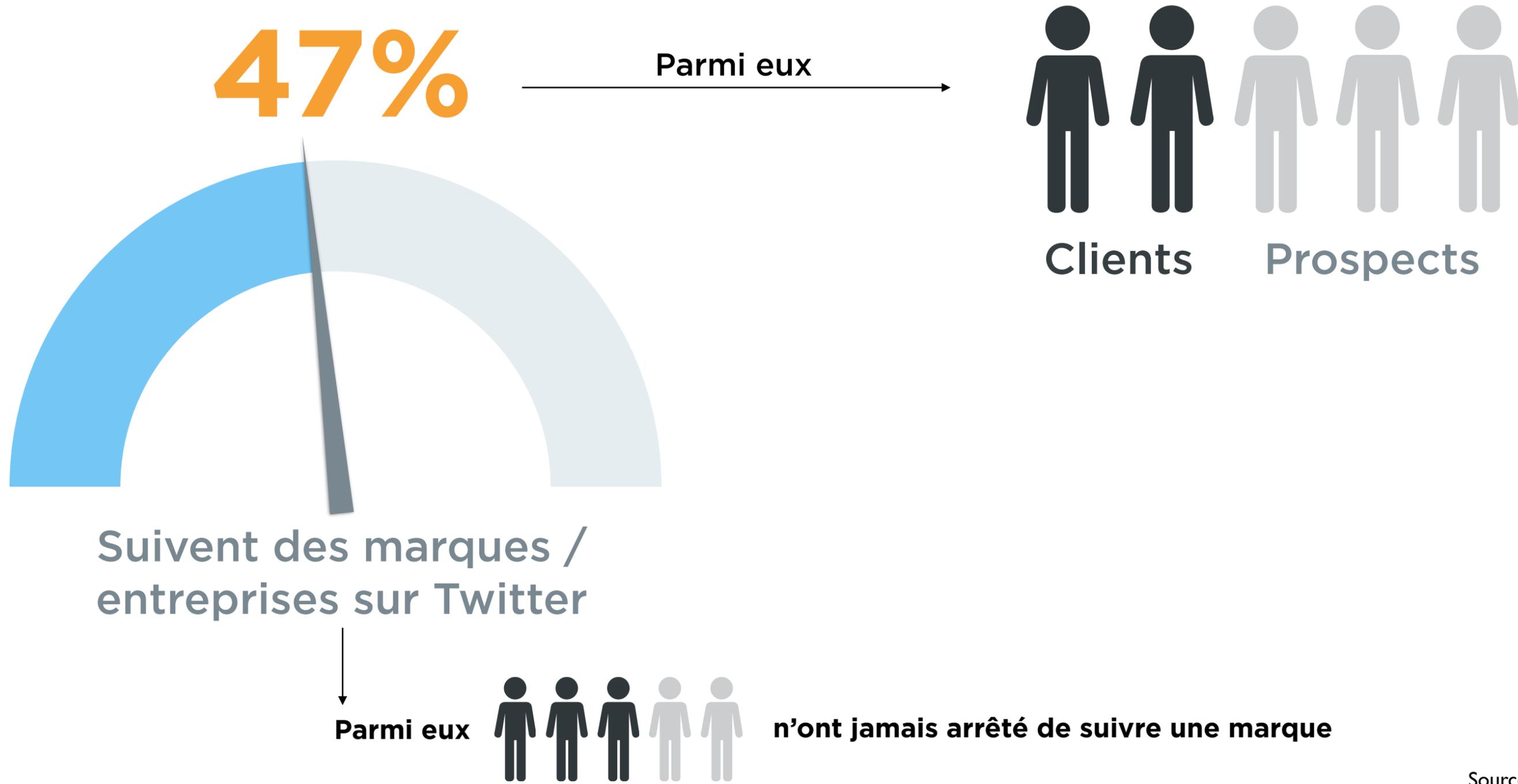
Pour quelles raisons retweeter des marques ?



* Sur la base des followers de marques ; 3DM = 3 Derniers mois

Source : Etude Nielsen - Nov 2013
Base : tous les répondants

Quelle relation avec les marques sur Twitter ?



Quels type de marques ? Pour quelles raisons ?

Follow Souhaite + d'info/contenu

 Chaînes / journaux d'info.	32%	47%	 Distribution	20%	53%
 Grande conso.	30%	35%	 Transports	20%	47%
 Prog / séries TV	30%	50%	 Cosmétiques	19%	53%
 Sport	28%	51%	 Labels de musique	18%	41%
 Jeux vidéo	28%	56%	 Luxe	17%	42%
 Cinéma	27%	55%	 Automobile	17%	50%
 informatique / électronique	26%	53%	 Services publics	16%	43%
 Prêt à porter	26%	52%	 Chaînes de restau.	16%	54%
 Télécoms	23%	51%	 Banques / assurances	14%	50%

Pour
quelles
raisons ?

50%
Nouveaux
produits/
services

49%
Aime la
marque

42%
Offres
spéciales/
promo

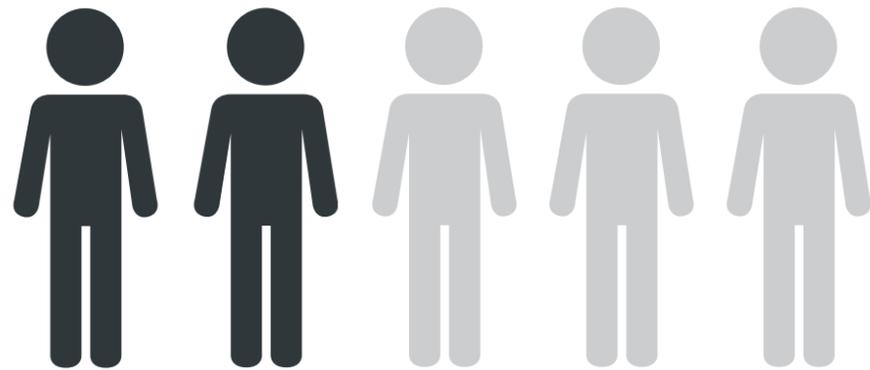
34%
Contenu
intéressant
/divertis.

30%
Jeux-
concours

23%
Service
client/
support



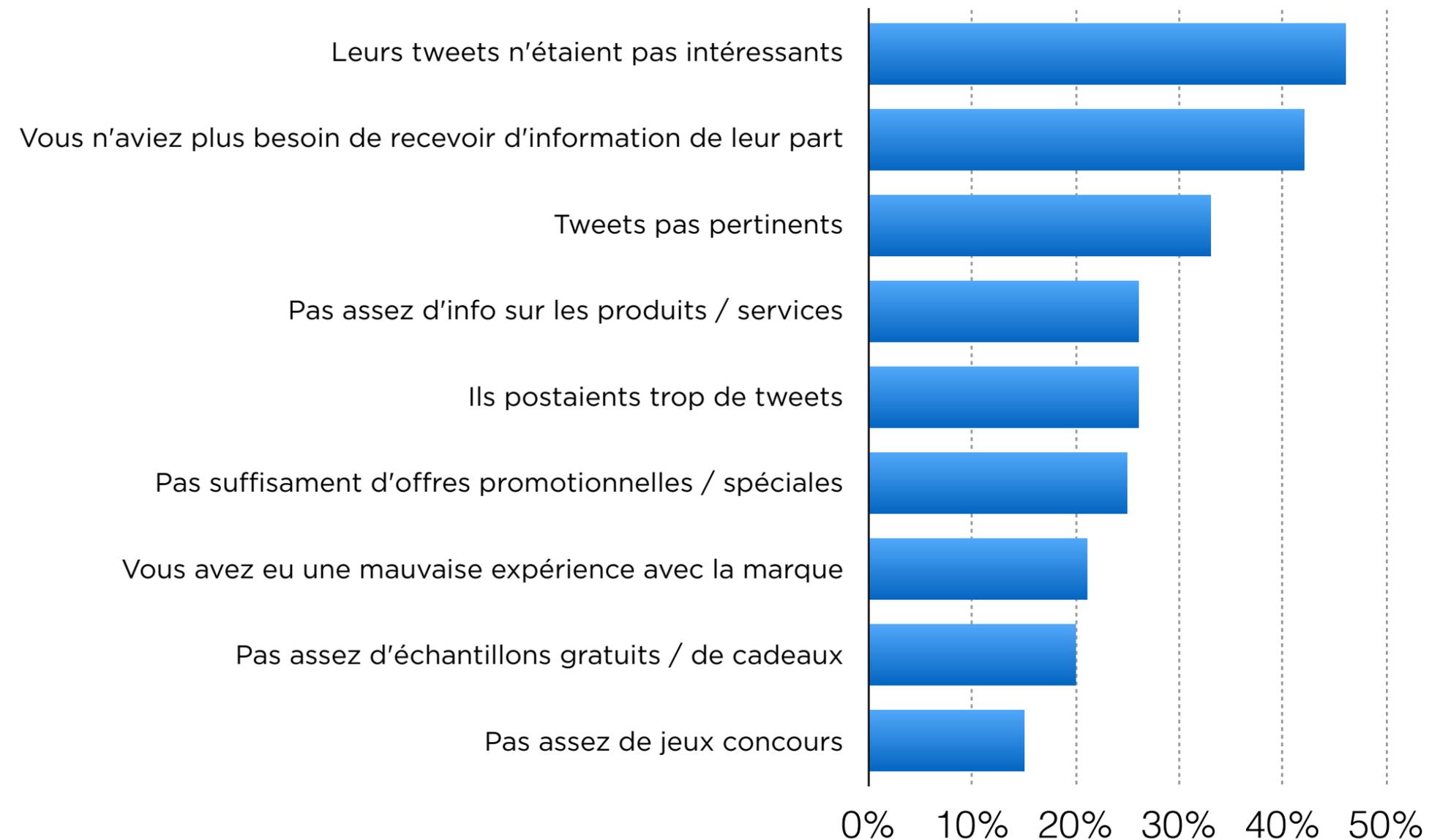
Raisons de désabonnement



ont déjà arrêté de suivre une
marque



Pour quelles raisons ?



Twitter présent tout au long du cycle d'achat



51% lisent des Tweets sur des personnes parlant de marques / achats récents

32% utilisent Twitter pour découvrir des marques



52% ont lu des Tweets sur des recommandations concernant des marques

46% ont recherché et obtenu de plus amples informations sur une marque



45% ont visité le site web d'une marque

36% ont regardé des commentaires sur les produits

23% ont tweeté sur des achats qu'ils voulaient effectuer



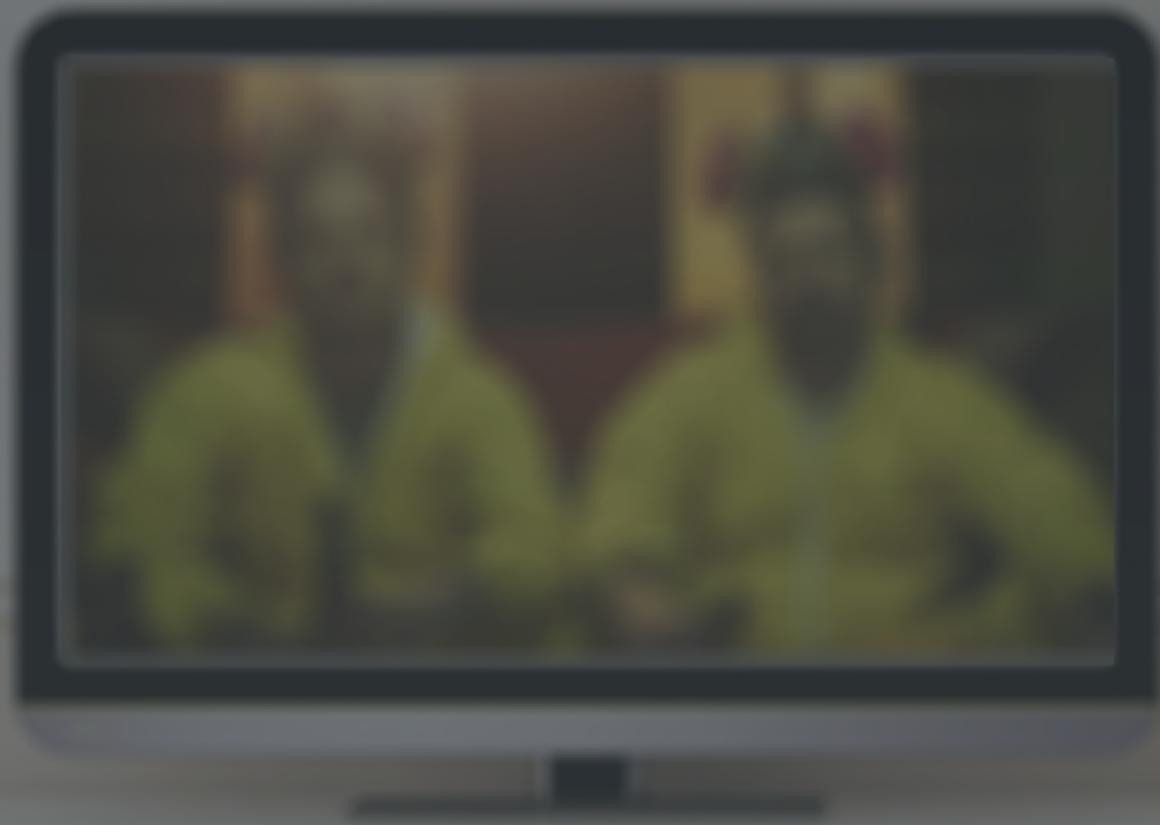
42% ont acheté la marque/le produit



32% ont tweeté sur l'expérience positive d'une marque

22% ont tweeté sur des achats récents





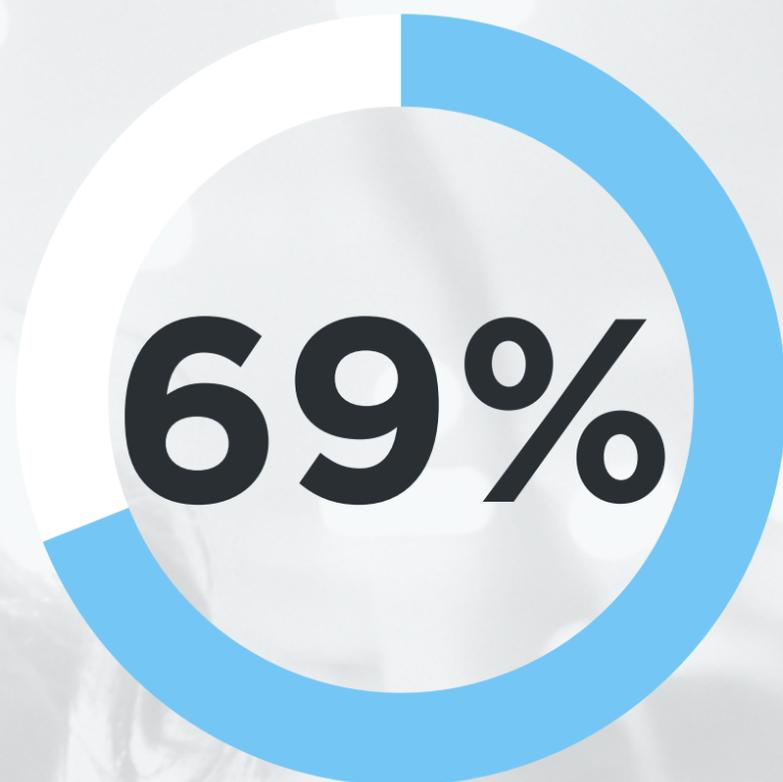
48%

utilisent Twitter
en regardant la
TV

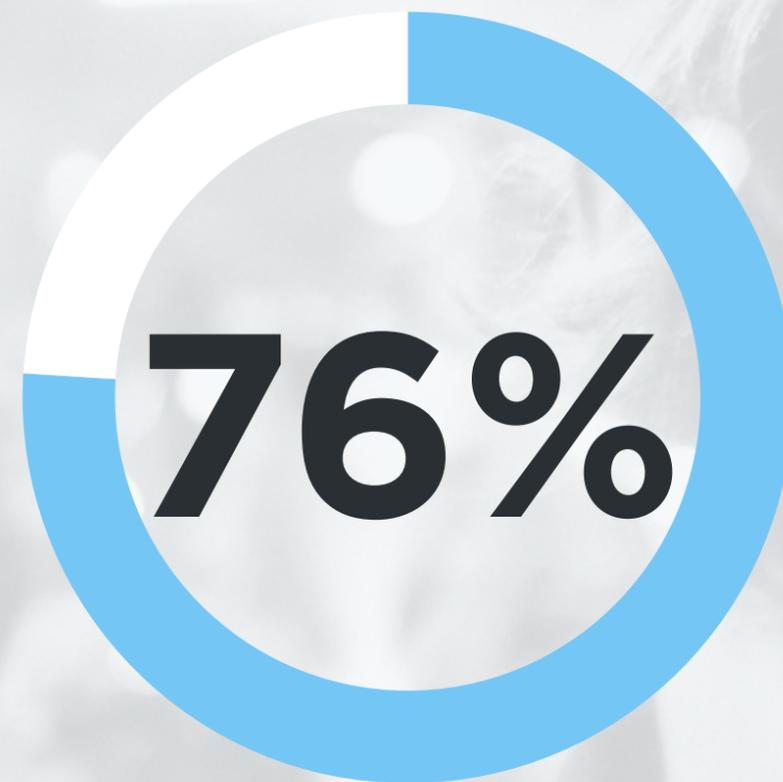
90% sur Smartphone, 89% sur
tablette et 79% sur Ordinateur



Quelles interactions sur Twitter en regardant la TV ?



Tweeter sur une
publicité que vous
avez vu



Chercher sur Twitter une
marque ou un produit vu
dans une publicité





#ThankYou