

Le micro-media et le micro-blogging : créer un message de 140 caractères diffusé en masse à tout ou partie de votre réseau

1. Pour le créateur du micro-message

- **Créer et diffuser rapidement un message court et accrocheur** : le micro-media vous permet de communiquer rapidement et simplement sans encombrer la messagerie de vos destinataires. Offrez-leur des informations intéressantes et pertinentes afin qu'ils viennent vous consulter ou du moins suivre votre actualité.
- **Devenir référent** : la notion d'intérêt et de pertinence peut s'étendre au-delà de votre réseau. Utilisez la technique de taggage de mots clés pour devenir référent, expert sur des sujets et avoir ainsi beaucoup de "followers" (ou abonnés, personnes qui suivent votre profil).
- **Influencer** : une fois que vous êtes reconnu comme un expert, vous pouvez influencer votre réseau direct et indirect en faveur d'une position que vous soutenez. Par exemple, défendez le plastique recyclable au travers d'un micro-message et votre micro-message sera relayé à l'infini. Votre notoriété peut alors atteindre des sommets. Il peut être intéressant de profiter de cette notoriété pour se rémunérer en permettant l'insertion de publicités sur le contenu final ; vous pouvez aussi intervenir dans le monde réel pour conforter cette notoriété obtenue sur le web.

2. Pour le lecteur du micro-message

- **Trouver les émetteurs de micro-messages pertinents** : utilisez les moteurs de micro-médias pour trouver des personnes intéressantes à suivre. Consultez leurs micro-messages et interagissez avec eux en validant votre intérêt ("J'aime") et en essayant d'entrer en contact avec l'émetteur et ses "followers". Créer l'interaction va vous permettre de devenir visible à votre tour car vous allez proposer du contenu et donc créer de nouvelles liaisons.
- **Comprendre les tendances et les besoins** : les micro-messages qui buzzent sont les micro-messages qui marchent. Observez ce qui les rend si populaires pour en déduire de nouvelles tendances.
- **Créer votre veille** : une fois les grandes tendances cernées et les personnes à suivre identifiées, créez votre outil de monitoring, un ensemble de méthodes de travail et d'outils permettant de surveiller l'évolution de votre sujet ; pensez, entre autres, à utiliser les alertes mails et les flux RSS.