

Trouvez votre personnalité sur Twitter

—

Document de travail

Instructions : imprimez ou éditez ce PDF. Répondez aux questions pour définir votre personnalité sur Twitter.

01 Mettez des garde-fous en place

Définissez les consignes à suivre pour vos Tweets. Votre créativité pourra ainsi s'exprimer de manière sûre.

Texte

Mots, expressions et sujets à intégrer
(Thèmes ? Slogans ?)

Mots, expressions et sujets à proscrire
(Noms des concurrents ? Anciens slogans
de l'entreprise ?)

Médias

Éléments à intégrer dans les images ou vidéos
(Représentation diversifiée ? Logos de l'entreprise ?
Placement de produits ?)

Éléments à proscrire dans les images ou vidéos
(Licences ? L'intérieur d'un bar est-il acceptable,
mais pas l'image d'une personne qui a trop bu ?)

Émojis

Émojis encouragés et pertinents pour votre
marque

Émojis à proscrire
(Armes ? Représentation sexuée ?)

Sur l'échelle du piquant :



02 Créez une persona

Remplissez les blancs pour commencer à imaginer votre marque comme une personne. Après tout, ce sont des gens qui tweetent, et pas les marques !

Si votre marque était une personne...

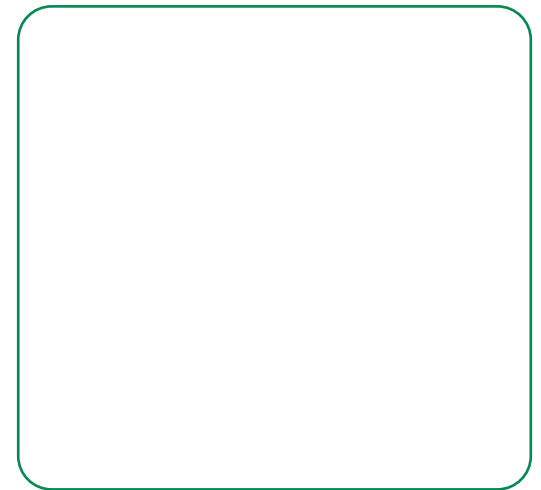
- Son restaurant préféré serait _____.
- Sa tenue favorite serait _____.
- Sa devise serait _____.
- Son émoji de prédilection serait _____.
- Au café, elle commanderait _____.
- Son fond d'écran d'ordinateur serait _____.
- Le numéro de téléphone qu'elle appellerait le plus serait celui de _____.
- Son animal de compagnie serait _____ qui s'appellerait _____.
- L'album qu'elle écouterait le plus serait _____.

Et plus précisément

- Après une interaction avec votre marque, les utilisateurs devraient se sentir _____.
- Trois mots qui me viennent à l'esprit quand je pense à ce sentiment sont _____, _____, et _____.
- Une marque qui me fait me sentir ainsi est _____.
- Le ton de cette marque est _____ et _____.

Faites son portrait

Si votre marque était une personne, à quoi ressemblerait-elle ?



03 Entraînez-vous !

Mettez les deux premiers exercices en pratique en rédigeant des Tweets.

Tweets adaptés à la personnalité de votre marque :

Tweets non adaptés :