

Temps de lecture : 1'30''

# AVEC PRÈS DE 14 MILLIONS D'UTILISATEURS ACTIFS, TWITTER EST L'UN DES PRINCIPAUX RÉSEAUX DE PARTAGE D'INFORMATION EN FRANCE. PEU PRÉSENTS SUR LA PLATE-FORME DE MICRO-BLOGGING, LES CABINETS DE SERVICES PROFESSIONNELS (AVOCATS, EXPERTS COMPTABLES, NOTAIRES) ONT POURTANT INTÉRÊT À Y ACCROÎTRE LEUR VISIBILITÉ.

Par Anne-Laure JOUBAIRE

D'après une étude menée par Enderby, sur les 100 premiers **cabinets d'avocats d'affaires**, seuls 31 étaient présents sur la plateforme en 2015. Parmi ces derniers, Fidal, Bensoussan Avocats, Capstan, Deprez Guignot et August Debouzy font partie des cabinets d'avocats les plus suivis. En avance sur leurs confrères, ces cabinets ont pris conscience des avantages de ce **réseau**.

## POURQUOI S'Y METTRE ?

Loin d'être réservé uniquement aux jeunes et aux journalistes, **Twitter** est un outil riche de potentiel pour les **cabinets de service**.

**Twitter** est avant tout un formidable moyen de diffusion de l'information et à ce titre l'un des **médias** les plus pertinents pour se tenir à jour des dernières nouveautés législatives et jurisprudentielles. Il permet également de suivre l'activité des concurrents.

Beaucoup moins formel que LinkedIn, **Twitter** est utilisé par beaucoup pour agrandir leurs **réseaux professionnels**. Il est très courant d'y interpeller directement des confrères ou de s'en servir pour identifier de potentiels futurs collaborateurs.

**Twitter** permet d'accroître sa visibilité, à condition de réfléchir à une stratégie de communication adaptée aux codes de ce réseau.

## LES CONSEILS D'ELIOTT & MARKUS

La **production régulière de tweets** est la clé du succès de votre compte. Pour cela, il faut privilégier des phrases simples et directes en utilisant des hashtag # résumant le sujet du tweet. Produire **1 et 3 tweets** par jour est suffisant. Certaines plages horaires ont plus d'audience que d'autres, notamment le matin vers 8h, le midi, en soirée vers 19h et le week-end. Il est important de varier vos **publications** en utilisant différentes sortes de tweets :

Ceux qui sont propres à l'activité du **cabinet** et qui peuvent porter sur de nouveaux recrutements, l'obtention d'une bonne place à un classement reconnu ou encore la conclusion d'un deal de notoriété publique.

Les **Retweets** qui permettent de rediffuser un tweet avec lequel le cabinet est en accord et qui l'engage. Les **Livetweets** qui permettent à votre communauté de suivre un de vos événements et où vous **citez les phrases pertinentes des intervenants**.

Les **Tweets** portant sur l'actualité du secteur. Cette dernière catégorie peut permettre de se distinguer, à condition de relayer des articles pertinents. Pour cela, nous vous conseillons de mener une veille Actualité et Innovations en s'appuyant sur Google Actualités, votre documentaliste mais aussi sur les listes thématiques Twitter. Celles-ci regroupent des comptes d'experts et journalistes spécialisés (Droit social, Legal Tech, Comptabilité) ce qui permet d'avoir une vision immédiate de l'actualité du secteur. Enfin, afin d'humaniser et d'augmenter les interactions avec le compte du cabinet il est judicieux de former vos **collaborateurs** et associés aux usages de Twitter.

## **POUR ALLER PLUS LOIN**

[How lawyers use twitter](#)

[Avocats et twitter : pensez stratégie](#)

[Les avocats ne sont pas encore passés maîtres dans l'art des réseaux sociaux](#)