



OUTILS →

QU'EST-CE QU'UN HASHTAG ?

Comment définit-on le mot hashtag ?

Dans le sens premier du terme, le hashtag est un lien cliquable qui sert de raccourci vers les résultats d'une recherche sur ce même mot clé.

Lorsque l'on clique sur le hashtag #Marqueemployeur, on obtient dans une nouvelle fenêtre la liste de tous les tweets qui contiennent ce hashtag, du plus récent au plus ancien.

Le hashtag a été créé par Twitter ; c'est la raison pour laquelle on l'associe souvent à Twitter.

Le hashtag est-il limité à Twitter ?

En effet, dans d'autres réseaux sociaux, il est également possible d'intégrer des hashtags dans des publications et de cliquer sur ces hashtags pour voir toutes les publications liées.

C'est le cas notamment sur : Facebook, Google+, Instagram, Pinterest .

Ce n'est en revanche pas possible sur Viadeo et LinkedIn. On peut tout à fait écrire un hashtag sur ces réseaux mais il ne sera pas cliquable.

Quel est l'intérêt d'utiliser des hashtags ?

Intégrer un hashtag à une publication permet d'augmenter ses chances que cette publication soit vue, notamment sur Twitter. En effet, certains utilisateurs de Twitter utilisent la plateforme pour rester en veille sur les sujets qui les intéressent. Lorsque l'on rajoute un hashtag dans un tweet par exemple, les followers (les personnes qui suivent le tweet) pourront le voir ainsi que les twittos qui feront une recherche sur ce mot-clé.

Il faut également garder à l'esprit que, pour les internautes, écrire le signe # suivi par un mot clé ou une expression clé sans espace est devenu un moyen de mettre sa publication dans une catégorie, que ce hashtag soit cliquable ou, pas.

Comment créer un hashtag ?

Tout simplement en l'écrivant. La seule contrainte est de ne laisser aucun espace. En effet, à partir du moment où l'on rajoute un espace, on signifie la fin du hashtag. Si l'on écrit « #Marque employeur », le hashtag porte sur le seul mot « Marque ».

Existe-t il différents hashtags ?

Il existe 3 catégories différentes de hashtags :

1. Les hashtags de contenu (mots clés faisant parti de votre message, votre thématique)
2. Les hashtags de tendance (mots clés à la mode ou/et qui font le buzz)
3. Les hashtags de marque (mots clés liés à une enseigne de renom... logique...).

Quelques conseils

1. Garder un titre simple et court

On dispose de 140 caractères seulement sur Twitter. Créer des hashtags courts permet de gagner de la place et aux internautes d'identifier facilement ce dont on parle. Simple et court, c'est la méthode la plus efficace.

2. Ne pas ajouter d'espaces ou de signes de ponctuation

L'ajout d'espaces ou de signes de ponctuation dans un tweet rompt le lien.

3. Utiliser des hashtags pertinents

Il faut faire usage de hashtags qui sont en adéquation avec son activité ou avec le sujet de la conversation. Si l'on est une agence de voyage à Toulouse, l'hashtag #voyagetoulouse peut être très pertinent.

Ne pas utiliser pas le nom de son entreprise comme hashtag : cela ne servira pas tant que l'on n'est pas reconnu comme une marque telle que #nike (les internautes ne cherchent évidemment pas quelque chose qu'ils ne connaissent pas).

Se focaliser sur les hashtags qui représentent son activité : #marketing pour un agence de communication, par exemple.

Pour aider à bien choisir ses hashtags, il existe de nombreux outils.

Exemple : RiteTag

Pour se connecter, il faut utiliser ses identifiants Twitter. Ensuite, RiteTag permettra de trouver des hashtags originaux capables de se démarquer des autres tweets. Par exemple, si on tape «soldes» dans le moteur de recherche du site, il proposera #vivelessoldes, #cestlessoldes, #ouverturedessoldes ou encore #maintenantlessoldes.

C'est un bon moyen d'être original et efficace.