

Twitter pense fortement au premium pour TweetDeck

Des « alertes exclusives personnalisées », un « service client prioritaire », des « fonctions avancées de publication »... et pas de publicité : autant d'éléments qu'on pourrait prochainement trouver dans une version payante de **TweetDeck**.

Twitter, qui avait déboursé 40 millions de dollars il y a près de 6 ans pour s'offrir cette application, envisagerait un abonnement à 19,99 dollars par mois visant ses « plus gros utilisateurs », parmi lesquels marques et médias.

Des informations dans ce sens ont été relayées sur le réseau social, à l'appui de [captures d'écran](#) d'un sondage que la firme de Jack Dorsey a soumis à une poignée de twitteurs susceptibles d'être intéressés par cette « expérience augmentée ».

Une simple idée, mais qui fait son chemin

[The Verge](#), qui a obtenu confirmation auprès de Twitter, affirme, sur la base du témoignage d'une source dite « proche du dossier », que le développement de ce « [TweetDeck](#) premium » n'a pas encore débuté.

Parmi les pistes explorées figurent l'optimisation de la gestion de multiples comptes, des outils de recherche avancés, la possibilité d'importer des listes d'utilisateurs, la disponibilité de guides de bonnes pratiques et diverses options de gestion des contenus, du marque-page à la liste de tâches en passant par le collaboratif.

En l'état, plus de 90 % des revenus de Twitter proviennent de la publicité. Illustration sur [l'exercice 2016](#), avec 2,248 milliards de dollars sur un chiffre d'affaires global de 2,53 milliards (+ 14 % d'une année sur l'autre). Le reste est associé essentiellement à des accords de licences pour l'exploitation de données, rappelle [l'Espresso](#).

A lire aussi :

[Twitter mise sur Watson d'IBM pour lutter contre les fake news](#)

[Twitter inquiète les marchés et dévisse sur le Nasdaq](#)

Photo credit: travis_warren123 via [VisualHunt.com](#) / CC BY-N