rockcontent

MARKETING EN TWITTER

¿ES ESTE E-BOOK EL CORRECTO PARA MÍ?

Uno de nuestros principales objetivos aquí en Rock Content es enseñar. Para lograr alcanzar nuestra idea, producimos artículos, e-books, whitepapers, webinars, infográficos y una infinidad de materiales hechos a tu medida. A pesar de eso, algunos conceptos son más introductorios en comparación a otros más avanzados. Ahora verifica cuál es el nivel de conocimiento necesario para disfrutar al máximo este contenido.

BÁSICO

Si estás comenzando a trabajar con marketing de contenidos, marketing digital o inbound marketing, este contenido es exactamente el que necesitas. Aquí abordaremos algunos asuntos de una manera introductoria y de la forma más didáctica posible. Estos son los principales contenidos para quien desea comenzar a aprender algo nuevo.

[ESTE E-BOOK!]

AVANZADO

Estos son los materiales más complejos que produce Rock Content. Para disfrutar al máximo los contenidos avanzados que producimos, es esencial que estés al día con lo que acontece en el mundo digital. Nuestros materiales avanzados son para profesionales con experiencia en el área que están en la búsqueda de conocimientos avanzados.

INTERMEDIO

En estos materiales el contenido es elaborado para las personas que están más familiarizadas con algunos de los conceptos de marketing digital. Este tipo de contenido acostumbra a ser un poco más profundo y aquí presentamos, normalmente, algunas soluciones para problemas un poco más complejos.

GUÍA COMPLETA

En esta categoría se encuentran los materiales más completos de Rock Content. En las guías los asuntos son tratados desde los conceptos más básicos hasta los detalles más avanzados y específicos. Son indicados para cualquier persona que desea comenzar, profundizar o reciclar su conocimiento en un determinado asunto.

Introducción 5

Cómo usar Twitter en tu empresa 7

Cómo funciona Twitter Ads 15

Los 8 errores más grandes que puedes cometer en Twitter 23

9 Consejos para conseguir más seguidores en Twitter 28

Herramientas para el Marketing en Twitter 35

Inspírate: Empresas que hacen un Marketing increíble en Twitter 39

Conclusión 44

Sobre Rock Content 45

TEXTO

VALENTINA GIRALDO

Analista de Marketing

@ Rock Content

valentina@rockcontent.com

DESIGN

RAFAEL RALLO

Analista de Marketing & Diseñador

@ Rock Content

rafael.rallo@rockcontent.com

THIERS FERREIRA

Diseñador

@ Rock Content

thiers.ferreira@rockcontent.com

INTRODUCCIÓN

Twitter es una red social que te permite publicar actualizaciones - los famosos tweets - de hasta 280 caracteres.

El servicio de microblog puede contener mensajes breves y objetivos, pero no te dejes engañar: esto no significa que esta red sea limitada.

El sitio funciona como un servicio de blog, así como Tumblr, pero con un límite para cada mensaje.

Justamente por eso, Twitter se adapta notablemente a los dispositivos móviles (como tablets y smartphones). Para que tengas una idea, el 60% del tráfico de tweets viene de ellos (lo que es una estadística muy importante considerando la nueva era de popularidad de los smartphones).

"EL 60% DE NUESTROS USUARIOS SE CONECTAN USANDO CELULARES Y TABLETS. TENEMOS UNA ENORME BASE DE USUARIOS DE CELULAR Y TABLETS, CON NUESTRA PLATAFORMA EN TIEMPO REAL Y FÁCIL INTEGRACIÓN DE TEXTOS. ACTUALMENTE, EL 60% DE NUESTROS USUARIOS ACCEDEN A LA PLATAFORMA POR MEDIO DE UN DISPOSITIVO MÓVIL, CONVIRTIÉNDOLA EN UNA MANERA EXTREMADAMENTE FÁCIL DE ALCANZAR MILES DE PERSONAS EN MOVIMIENTO. "

¡Los 300 millones de usuarios presentes en la red publican diariamente casi 500 millones de tweets! En otras palabras, los usuarios de Twitter producen y consumen una enorme cantidad de contenido.

La red social tiene un flujo continuo de comunicación, lo que la convierte en un componente clave para diversas estrategias de marketing de contenidos.

ALGUNOS DATOS IMPORTANTES SOBRE TWITTER:

TIENE APROXIMADAMENTE 300 MILLONES DE USUARIOS ALREDEDOR DEL MUNDO. Y LA TENDENCIA ES QUE ES NÚMERO CONTINÚE CRECIENDO.

MÁS POPULAR ENTRE PERSONAS DE 18 A 29 AÑOS.

MÁS POPULAR ENTRE PERSONAS CON MAYOR RENTA.

Twitter es un recurso muy interesante si tu público objetivo se ajusta a estas características. Esta red es una de las mejores para difundir contenido de una forma simple y crear engagement con tus seguidores.

En este ebook te enseñaremos a hacer un perfil ganador para tu empresa, cómo anunciar en la red social, cómo evitar errores básicos y muchos otros consejos para que tengas éxito con tus estrategias de marketing en Twitter.

¡Buena lectura!

CÓMO USAR TWITTER PARA TU EMPRESA

¿Viste los datos encima y te convenciste de la importancia de Twitter para tu empresa? Ahora que ya sabes por qué debes invertir en Twitter, vamos a hablar sobre puntos esenciales para tener éxito en esta red social: cómo construir tu perfil, tamaño de las imágenes en Twitter y una explicación básica sobre el funcionamiento de Twitter Ads. Antes de comenzar, es importante que entiendas el significado de algunos términos básicos de Twitter:

TWEET

Un tweet es un mensaje publicado en Twitter, que puede contener un máximo de 280 caracteres.

Puede estar compuesto por fotos, enlaces, videos y textos. Pero recuerda: cualquiera de estos elementos es contado como link, lo que te hace perder caracteres.

RESPONDER/RESPUESTA

Haz clic en el botón “responder” (o reply) para interactuar con alguna mención de tus seguidores o personas que aún no siguen tu marca.

RETWEET

Un retweet es un reenvío hecho por ti de un tweet de otro usuario. Esto se puede hacerse a través del propio botón "retweetar" o a través del botón "Comentar tweet ", que te permite añadir tu mensaje al texto original del otro tweet.

ME GUSTA / FAVORITO

Me gusta un tweet es una buena manera de demostrarle a un seguidor que viste su tweet. También es una herramienta para marcar, en el caso de que quieras encontrar un tweet para verlo nuevamente.

5. HASHTAG

Hashtag significa etiqueta. Un hashtag es cualquier palabra o frase que comienza con el símbolo #. Se pueden utilizar para organizar conversaciones y para que sea más fácil encontrar todo el contenido relacionado a un tema.

6. MENCIÓN

Una mención es una manera de enviar una notificación a otro usuario. Para hacer esto, debes incluir el @nombredeusuario de la persona que deseas marcar en tu tweet.

CÓMO CREAR UN PERFIL CAMPEÓN PARA TU EMPRESA EN TWITTER

Crear una cuenta en Twitter y empezar a publicar sin que esté bien hecha y completamente optimizada, es un gran error. Asegúrate de que tu perfil en Twitter esté completo antes de empezar a divulgar: no quieres que tu marca se asocie a un perfil mal hecho, ¿no es verdad?

Entonces vamos a comenzar:

1. TU NOMBRE

Es la primera cosa que debes pensar al crear tu cuenta en Twitter. Hay tres elementos importantes que debes considerar cuando elijas un nombre:

- Tu nombre debe ser relevante
- Tu nombre debe ser corto
- Tu nombre debe ser único

Utiliza el nombre de tu empresa.

Si no está disponible por algún motivo, utiliza un nombre similar. Mantener tu nombre único y corto es importante para que tu perfil sea más fácilmente encontrado en las búsquedas (si muchas empresas tienen un nombre similar al tuyo, tu perfil quedará perdido en medio de ellos). Además, un nombre corto facilita para que los tweet que publiques en el futuro se adapten al límite 280 caracteres.

2. FOTO DE PERFIL

Tu foto de perfil es otro elemento importante de tu cuenta. Pon una foto que tus amigos y fans reconozcan fácilmente. Aquí, lo ideal es un logotipo o una imagen con el nombre de tu empresa. Tu foto de perfil debe ser una imagen que tus fans vean y sepan rápidamente que se trata de tu marca. No coloques imágenes de baja calidad.

3. FOTO DE PORTADA

La foto de portada en Twitter es una imagen más grande que se pone detrás de tu foto de perfil (muy parecida al diseño del perfil de Facebook). En muchos perfiles el espacio se utiliza con imágenes de la naturaleza, escenarios, ilustraciones, etc.

Pero como tu perfil busca divulgar tu marca utiliza ese espacio como una oportunidad más para mostrar quién eres como empresa, divulgar servicios, productos o información adicional.

4. BACKGROUND

El Background (o fondo) ofrece mucho espacio libre, que también se puede utilizar para fortalecer tu marca. Puedes crear un diseño único que muestre lo que tu empresa conquistó, el logotipo, sitio, servicios, etc. Lo que vayas a poner es tu opción, simplemente piensa en fortalecer la imagen de tu empresa.

5. BIOGRAFÍA

La biografía es una parte extremadamente importante de cualquier red social. En Twitter, tienes 280 caracteres para explicar lo que tú y tu empresa hacen. Es importante añadir palabras clave para que tu perfil sea fácilmente encontrado en las herramientas de búsqueda - eso te ayuda a ganar más seguidores y clientes potenciales. No te olvides de poner tu sitio web u otros enlaces importantes en tu biografía. Sé creativo: tienes pocos caracteres para llamar la atención del usuario y asegurarte de que hará clic en el botón de “seguir”.

CHECKLIST DE TWITTER

Ahora, **completa tu perfil**.

Utiliza este checklist como forma de organizar todo lo que ya has agregado a tu perfil en Twitter.

Como puedes ver en **nuestro perfil de Twitter**, es posible seguir estos consejos y hacer un perfil simple y objetivo. ¡No te desanimes!

Twitter es una red increíble para experimentos. Prueba siempre lo que funciona para ti y tu empresa y el éxito de tu perfil vendrá como consecuencia.

- # ESCRIBE UNA BIOGRAFÍA INCREÍBLE - INCLUYE UNA O DOS PALABRAS CLAVE O HASHTAGS SELECCIONADAS POR TI;
- # SUBE UNA FOTO DE PERFIL Y UNA FOTO DE PORTADA;
- # AGREGA EL URL DE TU SITIO WEB Y TU LOCAL - URLS SON MUY BUENAS PARA CREAR CONTEXTO Y EL LOCAL ES IMPORTANTE PARA QUE SEAS ENCONTRADO A TRAVÉS DE LAS HERRAMIENTAS DE BÚSQUEDA GEOGRÁFICA;
- # PUBLICA ENTRE 5 Y 10 TWEETS PARA COMENZAR OFICIALMENTE TU CUENTA.

TAMAÑO DE LAS IMÁGENES EN TWITTER

La foto del perfil aparecerá en tu página como una previa, en la esquina derecha, con 400 x 400 píxeles. Por lo tanto, sube fotos cuadradas para no perder ninguna parte de la imagen.

La imagen de portada, encima de la foto del perfil, se mostrará con 1500 x 500 píxeles; los post con imagen se exhiben con un tamaño de 900x450px o de 1080 x 1080 px. Mientras que los posts con links, exhiben 520 x 254 px.

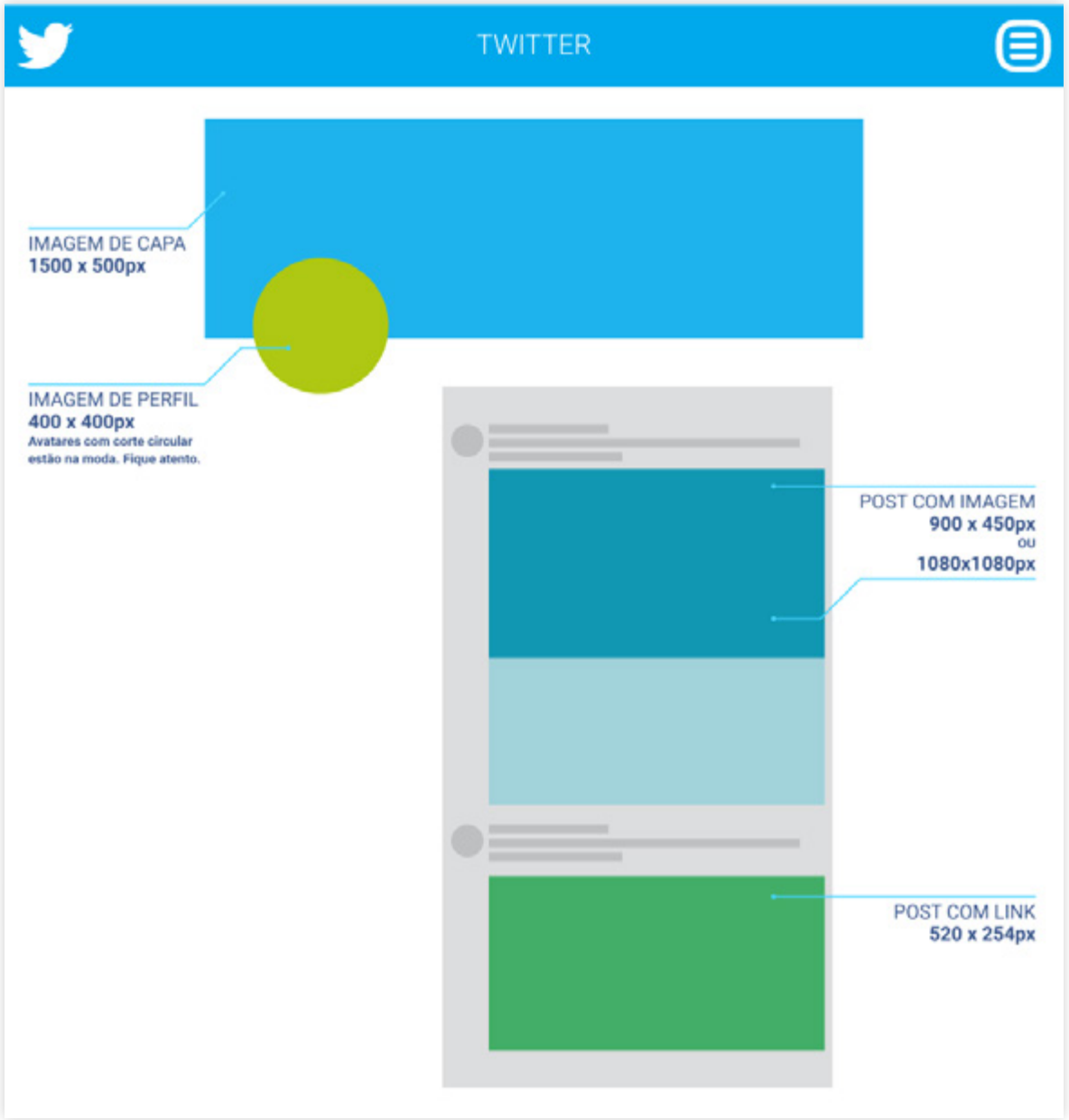
Resumiendo:

Imagem de portada:
1500 X 500 px

Imagem de perfil:
400 X 400 px

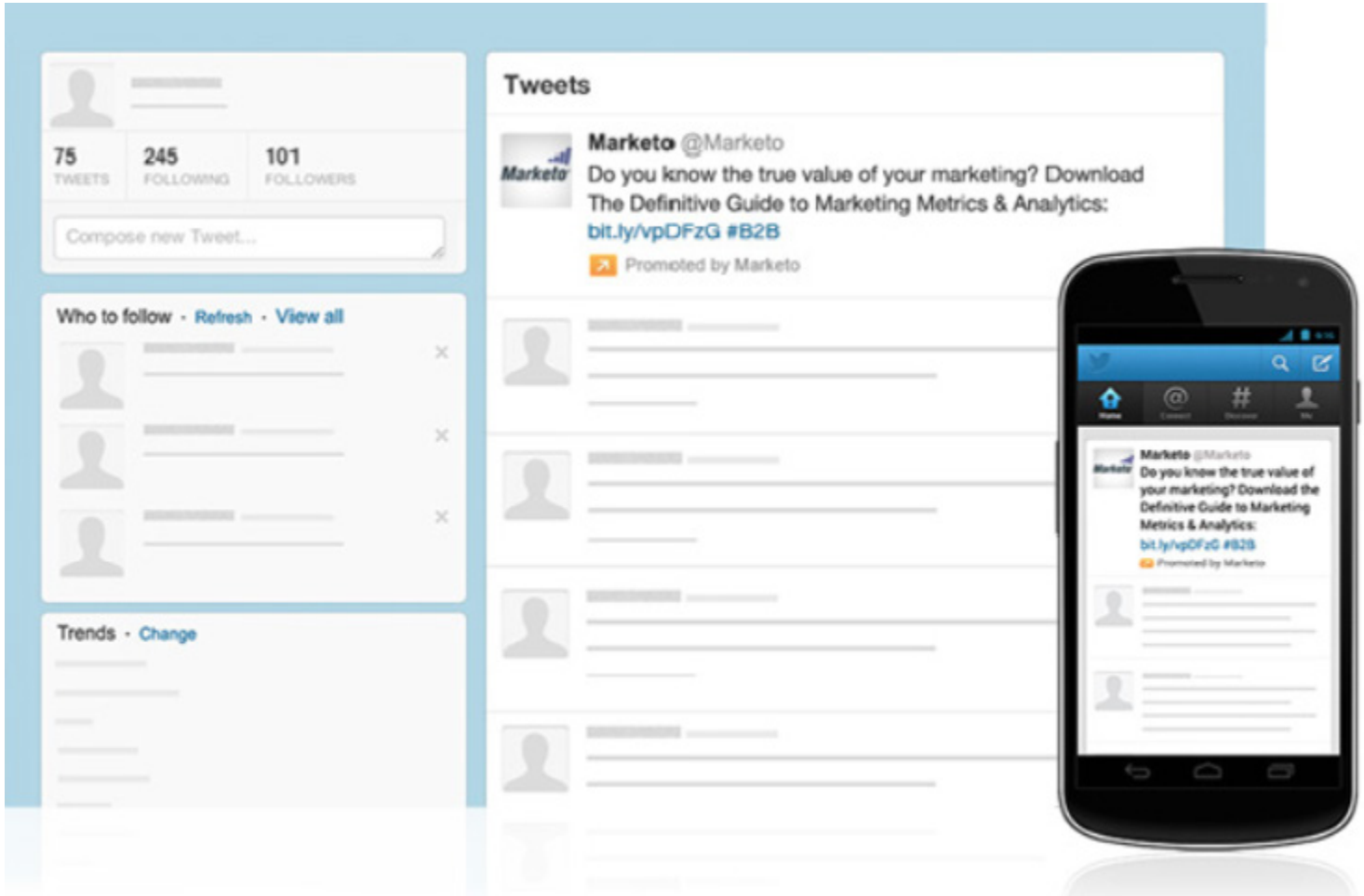
Post con imagen:
900 X 450 px ou
1080 X 1080 px

Post con link:
520 X 254 px



¿CÓMO FUNCIONA TWITTER ADS?

En este punto ya sabes que Twitter es una gran herramienta para quienes buscan engagement y exposición de marca, puesto que anunciar en la red es una gran opción para ganar más visibilidad.



Twitter recientemente anunció que las pequeñas y medianas empresas también podrán utilizar Twitter Ads.

Te daremos algunos consejos básicos para entender la herramienta de anuncios de Twitter. Iniciaremos con algunas recomendaciones, por eso te sugerimos (enfáticamente) que le eches un vistazo a la guía explicativa del propio Twitter sobre sus directrices para empresas y, de esa forma, entender con más detalles cómo funcionan sus anuncios.

ENTIENDE LOS FORMATOS DE TWITTER ADS

Twitter Ads tiene actualmente tres tipos principales de formatos:

TWEETS PROMOVIDOS

Los Tweets promovidos son aquellos tweets normales que, cuando se convierten en anuncio, se vuelven visibles para un gran número de usuarios, aunque no sean seguidores de tu perfil. Este tipo de tweet informa claramente que es promovido.

Al igual que todos los demás tweets, los usuarios pueden retweetar, dar me gusta y responder a ese tipo de anuncio.

Debes utilizar este tipo de anuncio cuando tus metas incluyan:

Atraer tráfico para algún link o contenido de tu sitio

Ofrecer cupones y promociones

Generar leads

Traer atención para tu marca

Un tweet promovido sólo se muestra a un usuario si Twitter considera que puede ser relevante a los intereses del mismo.

Estos datos se basan en los perfiles que el usuario elige seguir y en su forma de interactuar en Twitter.

CUENTAS PROMOVIDAS

Las cuentas promovidas son anuncios que sugieren a los demás usuarios que sigan tu perfil si se ajusta a sus intereses. Este tipo de anuncio es ideal para aumentar tu número de seguidores de una manera rápida. Es el tipo perfecto de anuncio para tu empresa si tú:

Buscas conquistar leads: al seguirte, el usuario está demostrando interés en tu producto. Utiliza esta oportunidad para conectarte con él y generar leads para tu empresa.

Aumentar el interés en tu marca: al conseguir seguidores tu marca se vuelve más visible a los ojos del público.

Aumentar el tráfico de tu sitio web: con un número considerable de seguidores tu contenido será visto, atrayendo tráfico para tu sitio o blog. Al igual que los tweets promovidos, las cuentas promocionadas también están marcadas claramente como “anuncio” y aparecen sólo para los usuarios que pueden disfrutar de su contenido.

TEMAS PROMOVIDOS

Derivados de los tweets promovidos, los temas o asuntos promovidos son hashtags pagos que aparecen en la parte superior de los Trending Topics (asuntos más hablados del día, en el lado izquierdo de la página inicial). Se marcan como anuncios, así como los formatos anteriores.

Los usuarios pueden interactuar con un tema promovido de la misma manera que interactúan con cualquier otro trending topic - pueden ver lo que otros usuarios están tweetando sobre eso y usar el hashtag en sus propios tweets.

A diferencia de otros formatos (que se muestran al usuario sólo si es de su interés), los asuntos promovidos son visibles para todos los usuarios de Twitter del local elegido por ti, mientras dure la promoción.

¡Es una oportunidad enorme de visibilidad!

DEFINE TU PRESUPUESTO

Dentro de tu presupuesto general de marketing, define cuánto vas a dedicarle a Twitter e infórmalo en tu acción. El precio de Twitter Ads es definido por medio de un modelo de subasta y se cobra por desempeño.

Los tipos de campaña disponibles son:

CAMPAÑA DE CLICS O CONVERSIONES EN EL SITIO WEB:

Sólo serás cobrado por los clics en tu sitio que fueron hechos a través de la campaña.

CAMPAÑA DE SEGUIDORES:

Sólo serás cobrado por los seguidores que conseguiste con la campaña.

CAMPAÑA DE ENGAGEMENT:

Sólo serás cobrado por el engagement (retweets, por ejemplo) que recibió tu tweet promovido a través de la campaña.

CAMPAÑA DE INSTALACIONES DE APLICACIÓN O DE ENGAGEMENT CON APLICACIÓN:

Sólo serás cobrado por los clics de apertura e instalación de tu aplicación.

CAMPAÑAS DE LEADS:

Sólo serás cobrado por los leads que conquistaste con la campaña. Piensa bien en tus objetivos y en cuál de esas campañas es más adecuada a tu empresa antes de comenzar un anuncio.

SEGMENTA

Después de definir qué formato de anuncio utilizarás, es esencial que elijas la mejor orientación para tu acción.

Este punto es muy importante porque es el momento en que determinas a quién se dirigen tus anuncios. Una opción mal hecha puede hacer que tires tu dinero y tiempo a la basura.

Twitter no tiene un gran nivel de detalles del público, pero consigues en su sitio una serie de variables que pueden ser utilizadas como formas de segmentación de tu público, por ejemplo, preferencias (con base en perfiles que siguen y asuntos con los que interactúan), ubicación, dispositivo utilizado para acceder (desktop, celular, tablet) sistema (Android, iOS, Windows, Blackberry), género e idioma.

Al crear anuncios, puedes elegir algunos perfiles que sean compatibles con tu persona ideal y ponerlos como referencia del público que debe ser alcanzado por dichos anuncios.

También puedes utilizar palabras clave como criterio de segmentación de público.

PUBLICA TU ANUNCIO

Cuando la opción es divulgar tu perfil, el anuncio seguirá el modelo estándar de la red de sugerencia a los usuarios. En cambio, si decides promover un tweet, tendrás que crear la publicación.

No te preocupes, no tiene ningún misterio. Sólo tienes que crear una publicación dentro de los padrones de la red - texto de hasta 280 caracteres, foto o video - y promocionarla. Tu campaña será transmitida hasta que la interrumpas manualmente o el límite de tu presupuesto sea alcanzado.

Cumplidas estas etapas, sólo debes acompañar el progreso de la campaña para evaluar el desempeño y medir los resultados. La propia herramienta ofrece un espacio de informes (el Twitter Analytics) donde presenta números y datos sobre tu campaña

LOS 8 ERRORES MÁS GRANDES QUE PUEDES COMETER EN TWITTER

Creaste tu perfil, seguiste nuestros consejos... pero no estás consiguiendo resultados significativos con Twitter.

¿Qué puede estar sucediendo?

Twitter es una red con sus particularidades y es importante adaptarse a ellas. Ahora vamos a mostrarte algunos errores básicos que puedes estar cometiendo y que pueden estar perjudicando tu rendimiento en el sitio. Presta atención a cada uno de ellos y evalúa el perfil de tu empresa. ¿Es posible que estés haciendo algo mal?

1. PUBLICAR SOLO PRODUCTOS Y PROMOCIONES

¿Acabas de publicar tus servicios, sin preocuparte en realmente interactuar con tus seguidores?

Si estás haciendo eso, ¡para ahora mismo! Estás ignorando el principio de Twitter, que es la interacción genuina entre los usuarios.

Publica contenido interesante, relevante y que causará un diálogo real con quien te sigue.

2. HACER TWEETS MUY GRANDES

Pero, ¿Twitter no tiene un límite de 280 caracteres? ¿Cómo es posible hacer un tweet demasiado grande?

Incluso con su límite de caracteres, lo ideal es que seas objetivo. Pasa tu mensaje con el menor número posible de caracteres. Twitter es una red dinámica y debes adaptarte a eso.

3. IGNORAR A TUS SEGUIDORES

¿Tus seguidores te están enviando respuestas, menciones y no estás reaccionando a ellas?

Te sugerimos que comiences a prestarle atención a lo que te están diciendo.

Twitter es una red social basada en el diálogo e ignorar esto es equivocarse en el principio básico del sitio.

** Leila: Ese #QuédateVerano es bien machista, ¿no?*

**Cerveza Itaipava: Gracias, ahora cruzamos los dedos para que esta campaña salga bien. ¡Besos y muchas cervezas para ti!*

4. AUTOMATIZAR LAS RESPUESTAS

¡No hagas eso de ninguna manera!

Itaipava, una marca de cervezas brasileña, pasó recientemente por una crisis en Twitter por el uso de respuestas automáticas en una de sus campañas, que venía recibiendo críticas a su contenido.

En vez de responder a las críticas individualmente, oyendo lo que los seguidores estaban diciendo, la marca utilizó la misma respuesta para todas las menciones, críticas o elogios.

Es decir: estás recibiendo una crítica y las respuestas automáticas te hacen responder de manera completamente incoherente a ella. Tu perfil y tu marca quedan expuestos al ridículo.

Responde individualmente a cada uno de tus seguidores.

5. TWEETEAR LA MISMA COSA EL DÍA ENTERO

Twitter es una red social que permite un mayor intercambio de contenido.

Pero no abuses de esa idea: nadie quiere leer el mismo tweet todo el día. Está bien con compartir un enlace de tu blog más de una vez en la red, por ejemplo, pero deja algunos días de espacio entre una publicación y otra. Si compartes la misma cosa varias veces al día, tus seguidores te considerarán un spammer y puedes perder oportunidades valiosas.

6. ABUSAR DE LOS HASHTAGS

El uso de hashtags de forma exagerada, además de ser una mala opción estética (demasiados hashtags cargan tu tweet y lo hacen parecer muy contaminado visualmente), hace que tu contenido se pierda en la red.

#nadie #quiere #leer #algo #así #lleno #de #hashtags. Concéntrate en las palabras clave importantes para convertirlas en hashtags.

7. NO TENER UNA FRECUENCIA EN LAS PUBLICACIONES

A diferencia de lo que se escucha por ahí, Twitter no es una red social en la que publicas “cuando tienes un tiempo”. Debes tener una frecuencia de contabilizaciones planificadas, analizar los horarios pico y mantener un calendario editorial. Si publicas esporádicamente, sin un plan, nunca conseguirás resultados reales con el sitio.

8. CREER QUE TWITTER TIENE EL MISMO LENGUAJE QUE LAS OTRAS REDES SOCIALES

Este es uno de los errores más graves en esta lista. Twitter es rápido, dinámico, basado en la comunicación y el contenido. El lenguaje que utilizas en las otras redes sociales no es eficaz aquí.

Adáptate al lenguaje rápido de Twitter: ser muy didáctico y formal en el sitio no es una buena idea.

9 CONSEJOS INCREÍBLES PARA TENER MÁS SEGUIDORES EN TWITTER

Ahora que te mostraremos los principales errores de marketing en Twitter, te daremos, también, algunos consejos valiosos para que tengas éxito en la red. Para lograr una estrategia que dé buenos resultados en Twitter, es muy importante tener un buen número de seguidores en tu perfil.

¡Pensando en eso preparamos una lista básica con 9 consejos que puedes aplicar, sin ningún esfuerzo grandioso y que son capaces de ayudarte a aumentar tu base de seguidores!

1. COMPROMÉTETE CON TUS SEGUIDORES

Comenzaremos por los puntos más básicos. Después de que tus seguidores comienzan a seguirte, y tú a ellos (en Twitter eso es muy importante), muéstrales que también tienes interés en lo que dicen.

Pon atención en tu feed, observa sus tweets y nunca te olvides de comentar, dar me gusta o retweetar algo publicado por tus seguidores y que te parezca pertinente. Este tipo de actitud demuestra que tu perfil no es una vía de una sola mano.

¡Relájate, interactúa y asume un compromiso con tus seguidores!

2. COMPARTE CONTENIDO VALIOSO

A pesar de que Twitter es una red social que vela por informaciones rápidas y precisas, los 280 caracteres pueden y deben ser utilizados para compartir contenido valioso.

Para aumentar tu base de seguidores no basta con compartir cualquier noticia o novedad al azar.

Realiza una selección de contenido, evalúa lo que tus seguidores querrían recibir en sus respectivos feeds y produce estos contenidos.

Utilizar tu perfil como fuente de información relevante es una gran manera de conseguir nuevos seguidores.

Un gran ejemplo de perfil que hace esto con maestría y que obtiene buenos resultados es el autor Guy Kawasaki.

¡Sigue a Kawasaki durante unos días y analiza la forma en que utiliza su cuenta de Twitter. Cada 15 minutos comparte o retweeta algo increíble que realmente nos produce ganas de clicar.

3. CERTIFICA QUE TU CONTENIDO SUGIERA SER COMPARTIDO

Ahora que ya has certificado sobre la calidad del contenido, ahí va otro consejo: ¿el contenido sugiere ser compartido?

¿Tiene un título interesante, imágenes atractivas y un asunto relevante para una red como Twitter? Piensa que a pesar de que el contenido sea increíblemente completo e importante (un artículo científico producido por un PhD en Física Cuántica) puede no ser ideal para las redes sociales. Las personas buscan información que puedan "digerir".

4. RETEETEA PUBLICACIONES DE OTRAS PERSONAS

El retweet es una herramienta increíble para crear una cierta relación con tus seguidores y demás perfiles. Busca los hashtags que sean similares al objetivo de tu perfil y encuentra los mejores tweets que puedas.

¡Cuando decimos “los mejores tweets” recuerda que debe ser un contenido de calidad!

Este tipo de compromiso con el contenido es fundamental para aumentar tu base de seguidores y, al mismo tiempo, no requiere mucho esfuerzo.

5. ESCRIBE UNA BIOGRAFÍA PROFESIONAL

¡Ya creaste tu perfil, actualizaste las fotos de portada y perfil y comenzaste a tweetar y retweetar contenidos increíbles! Hasta aquí todo bien, pero ¿cómo está la descripción de tu cuenta?

Para que nuevos seguidores se sientan interesados en tu cuenta, es esencial que incluyas una descripción precisa sobre tu perfil.

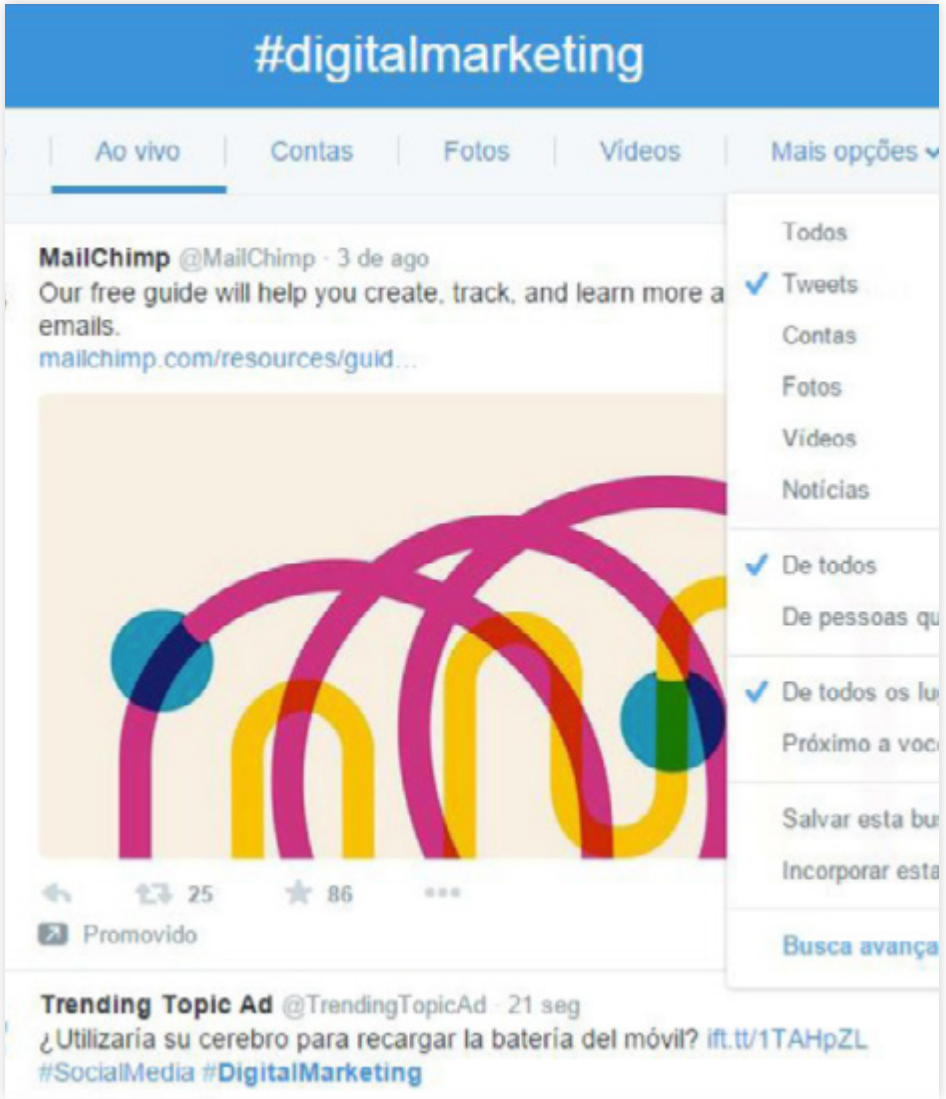
Sea personal o profesional, describe correctamente quién eres, qué haces y cuáles son tus objetivos en Twitter.

6. UTILIZA LA FUERZA DE LOS HASHTAGS

Twitter fue la red social que lanzó los hashtags. Esta herramienta es óptima para realizar investigaciones dirigidas y encontrar a las personas que se interesan por asuntos determinados.

Ya sea para encontrar posibles personas interesadas en tu perfil y en temas similares a los tuyos o para buscar temas que están volviéndose tendencia en Twitter, el hashtag es una gran herramienta para encontrar nuevos seguidores.

Ejemplo de búsqueda por asunto y las diversas opciones de refinamiento de búsqueda.



7. ENCUENTRA Y RELACIÓNATE CON INFLUENCIADORES

¿Recuerdas el ejemplo que dimos de Guy Kawasaki? Esta vez utilizaremos el perfil de Neil Patel como ejemplo. El especialista en marketing digital es una de las figuras más conocidas y respetadas sobre el tema.

Encontrar a personas influyentes de tu área, seguirlos e intentar crear una relación con ellos también es una gran forma de ser visto por otras personas que tengan interés en el tema. Involúcrate con perfiles de profesionales que son referencia en tu mercado para conquistar nuevos seguidores.

8. SÉ ACTIVO

Llegamos al último consejo y es muy básico: sé activo. Twitter es una red social extremadamente dinámica. En apenas una hora puedes perder cosas increíbles y tus seguidores pueden perder la posibilidad de compartir un contenido increíble que produjiste momentos atrás.

Después de analizar todos los consejos que te hemos dado, lo que queda de mensaje es que para obtener un buen número de seguidores, tener engagement con tu público y ser reconocido, es necesario que seas extremadamente activo. ¡Un tweet al día está lejos de ser suficiente!

9. PLANIFICA TU CONTENIDO

A pesar de que Twitter es una red social dinámica y que permite una mayor informalidad en las publicaciones, no te olvides que todavía estás divulgando tu marca y debes adoptar una postura profesional.

Así como en las otras Redes Sociales, planifica lo que será publicado en Twitter y qué tono de voz será utilizado en los tweets. Tu tono de voz es esencial para que sepas qué lenguaje utilizar con tu público. En Twitter no es diferente.

Adecúa el lenguaje y el contenido de tus publicaciones al perfil de las personas que te siguen.

ALGUNAS HERRAMIENTAS PARA MARKETING EN TWITTER

Sabemos que el trato con los medios de comunicación social puede ser un poco agotador. Y Twitter, a pesar de ser más simple que las otras redes sociales en su esencia, también necesita tiempo, esfuerzo y planificación. Por eso ahora te mostraremos algunas herramientas que nos encantan y que pueden facilitar (y mucho) tu día a día en Twitter.

1. TWEEPSMAP

Una herramienta simple, pero con un diseño muy innovador, que muestra dónde están tus seguidores, en cualquier lugar del mundo. Con esta herramienta es posible mapear la eficacia de tus tweets y la distribución de sus seguidores.

2. TWISTORI

¿Ya imaginaste una herramienta elegante y que trabaja el movimiento de tweets a partir de palabras emotivas como: me encanta, odio, creo que, me parece, siento y deseo? Es un experimento divertido que te permite entender qué temas han generado cada tipo de sentimiento en tiempo real.

3. TWITTER COUNTER

Esta es una de las plataformas más simples y fáciles de navegar. Además, ofrece las mejores maneras de acompañar el crecimiento de tus propios seguidores y compararlos con los de otros usuarios.

4. TWITONOMY

Esta es una poderosa herramienta para analizar numerosos datos de Twitter, producidos por @MattFyot. El servicio es gratuito y muy bien recomendado por grandes profesionales, pues posee métodos diferenciados de análisis. Algunas funciones interesantes:

- Obtén análisis detallados y visuales sobre los tweets, retweets, respuestas, menciones y hashtags.
- Navega, busca y filtra varias pestañas para obtener información sobre las personas que tu empresa sigue.
- Copia de seguridad / exportación de tweets e informes para Excel y PDF en un solo clic.
- Obtén y exporta datos analíticos sobre cualquier palabra clave, hashtag, URL o usuario.
- Obtén información y descarga cualquier tweet o retweet de los usuarios.
- Navega, busca, filtra, clasifica y agrega o quita cualquier usuario de tu lista.
- Monitorea tweets de tus usuarios favoritos, listas y palabras clave.
- Ten información sobre tu audiencia en el “Informe de los seguidores”.

5. PORTWITURE

Portwiture es, sin duda, una de las aplicaciones más originales de Twitter que podrás encontrar. Te permite ver tus tweets en forma de fotografías.

¡Eso mismo, fotografías! Es una gran forma de tener inspiración y ver cómo sería tu perfil en Twitter si tuviera una forma visual.

6. FOLLER.ME

Esta herramienta también es gratuita y muy interesante, permitiéndole a los usuarios analizar rápidamente las estadísticas más importantes sobre cualquier usuario de Twitter.

Desvenda varios temas, hashtags y menciones con máxima rapidez. Otras características interesantes también están disponibles en Foller.me, como la hora en que sueles tweetar con más frecuencia, tus últimos 100 tweets en una sola línea continua y mucho más.

INSPÍRATE: EMPRESAS QUE HACEN ACCIONES DE MARKETING INCERÍBLES EN TWITTER

Hablamos mucho sobre cómo hacer marketing en Twitter, evitar errores y optimizar el proceso de trabajar con esta red social. Pero ¿cómo es una acción de marketing bien hecha en Twitter?

Separamos tres grandes ejemplos de empresas que hacen un trabajo increíble en la red social para que puedas ver más fácilmente cómo se hace una buena estrategia de marketing en Twitter.

¡Inspírate en estas grandes marcas y haz tú también un perfil increíble!

PONTO FRIO

Ponto Frio ya se volvió referencia cuando hablamos de éxito en redes sociales en Brasil. El pingüino, personaje ficticio creado por la marca y que da voz a sus redes sociales, es amado por sus seguidores en Twitter y Facebook. Un gran ejemplo de cómo tener una personalidad y tono de voz bien definidos para interactuar con tu público.

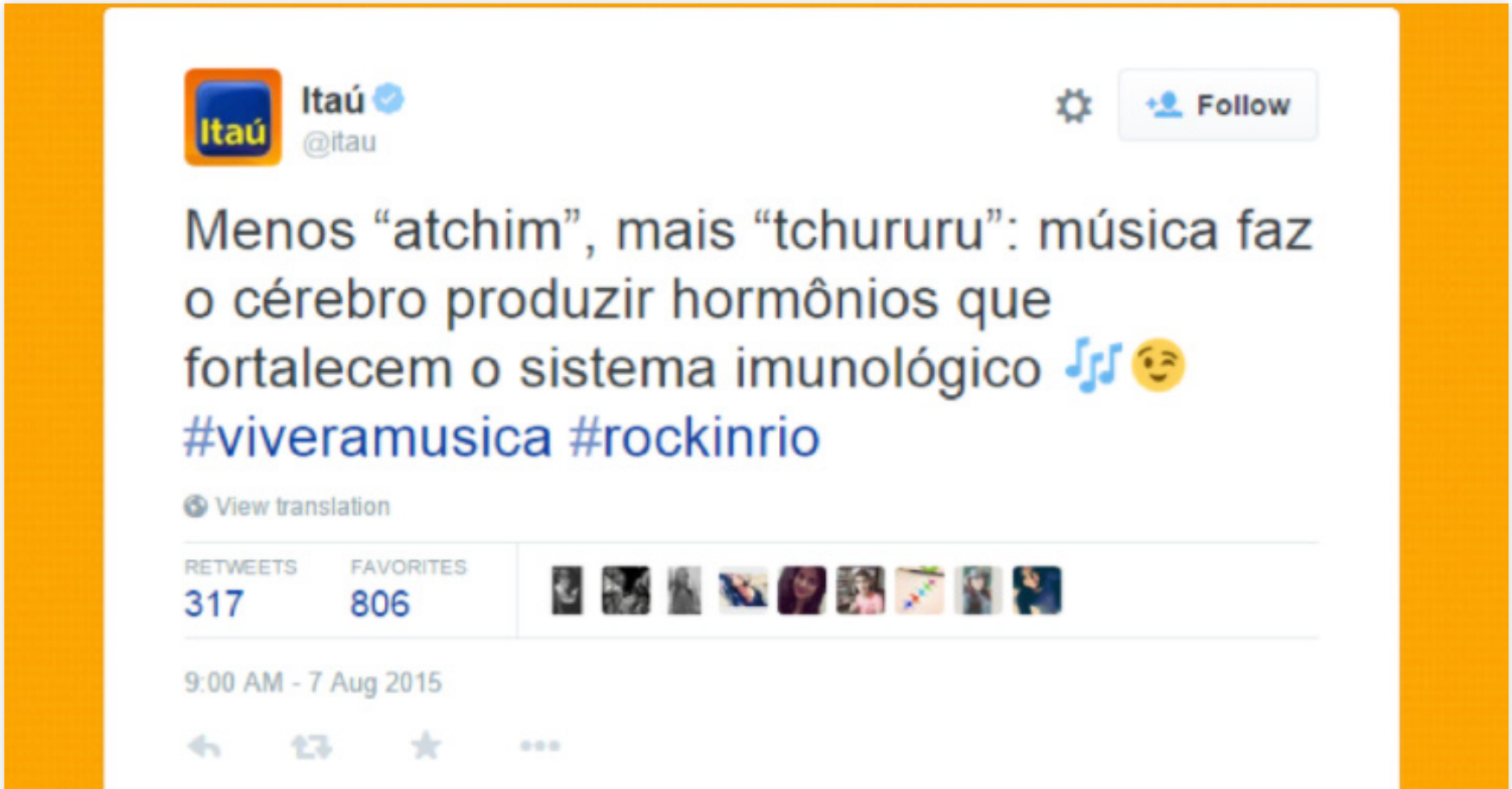
NETFLIX

Otro gran buen ejemplo en Twitter. Netflix ha logrado explorar muy bien los servicios que ofrece la marca, pero eso nunca parece forzado. Su promoción ocurre de manera natural.

ITAÚ

Itaú, un banco brasileño, logra adaptarse muy bien al lenguaje que el Twitter pide: sus tweets son informales y atentos a lo que su público comenta en tiempo real.

Además, la marca tiene la política de responder individualmente a todos los que interactúan con ella en la red social.



LA HISTORIA DE AMOR ENTRE ESAS TRES MARCAS: UNA LECCIÓN DE SOCIAL MEDIA BIEN HECHA.

Cómo hacer un buen trabajo de marketing en Twitter: tienes que estar atento a lo que a las otras marcas también están hablando.

Y fue precisamente eso lo que esos tres perfiles que citamos hicieron: ellos vieron una oportunidad de interactuar de manera relajada con su público y llamar su atención. La interacción dio tanto resultado que se convirtió en noticia en los grandes portales de publicidad y marketing.

Un trabajo de Social Media bien hecho en Twitter es eso: atención a lo que está sucediendo y pensamiento rápido para agarrar las buenas oportunidades de compromiso que surgen.

CONCLUSIÓN

Twitter puede ser un gran aliado para que tengas éxito en el marketing digital. Sus características hacen de él una red social increíble para obtener feedbacks rápidos sobre tu empresa y tu área de negocio.

No hay una receta para tener éxito en Twitter: prueba lo que funciona para ti. Cada marca es única, pero recuerda siempre adaptarte a lo que la red social te pide.

Esperamos que nuestros consejos hayan sido útiles para ti y para tu empresa y que te ayuden a conseguir increíbles resultados con Twitter.

REDACTOR FREELANCER EN ROCK CONTENT
¿Quieres comenzar tu carrera como redactor Freelancer en Rock Content?
¡Conoce nuestra plataforma y comienza a ganar dinero extra!
¡QUIERO SER FREELANCER EN ROCK CONTENT!
rockcontent

Rock Content es una empresa líder en marketing de contenidos. Ayudamos a las marcas a conectarse con sus clientes a través de contenido fantástico y blogs corporativos sin monotonía.

A través de nuestro servicio de consultoría montamos estrategias de contenido para nuestros clientes. Tenemos varios materiales educativos gratuitos y siempre tenemos algún artículo interesante en el **blog de Marketing de Contenidos**.