

GUÍA DE MARKETING GRATUITO PARA TWITTER



ÍNDICE

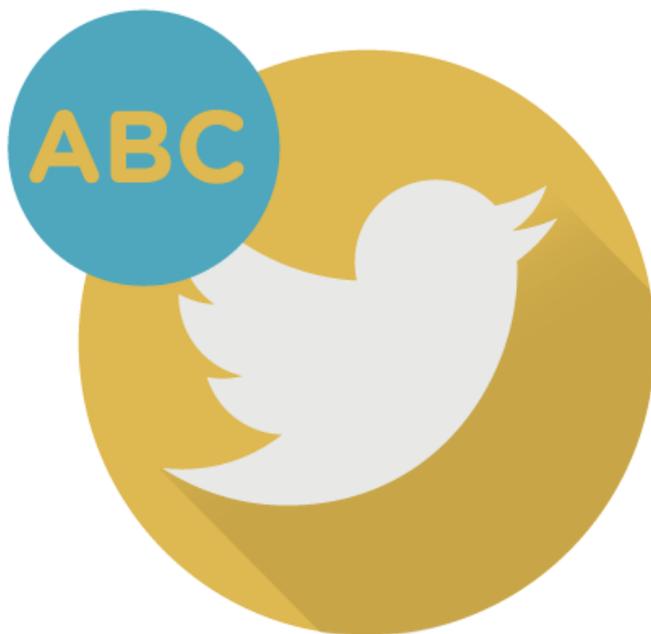
ÍNDICE	2
1. IMPORTANCIA DE TWITTER.....	3
2. CONCEPTOS BÁSICOS	5
3. CONSTRUYENDO UN PERFIL PROFESIONAL	9
4. GENERANDO SEGUIDORES	13
5. APROVECHA TUS OTROS CANALES	16
6. CONSEJOS PARA LOS MENSAJES DIRECTOS.....	18
7. CONTENIDO AUTOMÁTICO Y TWEETS PERSONALES	20
8. APROVECHA LOS #HASHTAGS.....	24
9. LAS RELACIONES CON TUS SEGUIDORES.....	26
Monitorea: escucha y responde	27
Publica contenido 80/20.....	30
Ofrece descuentos	31
Involucra a los seguidores.....	32
Sigue intereses y descubre ideas	33
Crea listas	34
Sigue a tus seguidores	36
Ofrece primicias.....	36
10. RESUMEN	38



1. IMPORTANCIA DE TWITTER

Con 560 millones, Twitter es la segunda red social con más usuarios activos del mundo (la primera es Facebook con 1000m). Es una excelente plataforma para poder dialogar con tu comunidad sin la necesidad de tener que agregarlos como amigos (sin tener que solicitar autorización) o que ellos sean fans de tu marca.

En esta guía te ayudaremos a establecer tu perfil en Twitter, implementar una estrategia de marketing efectiva y lograr generar una buena relación con tu comunidad de fans que te ayude a convertir seguidores en clientes.



2. CONCEPTOS BÁSICOS

Antes de comenzar con los consejos prácticos, es importante conocer ciertos términos utilizados en la comunidad de Twitter, los cuales seguramente hayas escuchado en algún momento:

- **¿Qué es un tweet?:** una actualización de tu estado en Twitter, es decir, una publicación.
- **¿Qué quiere decir *seguir* a alguien?:** cuando sigues a una cuenta los tweets de ésta aparecerán en tu cronología o *timeline*. Esto quiere decir que debes seguir a aquellas cuentas que generen contenido interesante para ti. Gran parte de la experiencia que tengas en Twitter dependerá de que sigas a usuarios interesantes.
- **¿Qué implica que alguien *me siga*?:** de la misma manera que tu recibes los nuevos tweets de aquellos que sigues, tus seguidores recibirán tus nuevas publicaciones.
- **¿Qué son los @usuario o menciones?:** una mención es cualquier actualización de Twitter que contenga @nombre de usuario en el cuerpo del

mensaje del tweet. Encontrarás tus menciones en la pestaña de respuestas. Si incluyes más de una persona en tu actualización y utilizas el formato @nombre de usuario, esa persona también verá la actualización en su pestaña de respuestas. Para enviar una mención en Twitter escribe tu mensaje normalmente e incluye @nombre de usuario en el tweet. Ten en cuenta que los usuarios sólo verán las respuestas o menciones de los demás en su cronología o *timeline* si están siguiendo tanto el remitente como el destinatario del tweet.

- **¿Qué es un Re-tweet (Re-twittear)?**: re-twittear (hacer un re-tweet) es una característica que permite a los usuarios de Twitter compartir tweets rápidamente con sus propios seguidores. Si encuentras un tweet en tu cronología que crees será interesante para tus seguidores, ¡entonces re-twittealo!
- **¿Qué son los Hashtags o Etiquetas (Símbolos “#”)?**: el símbolo “#”, llamado etiqueta, se usa para marcar palabras clave o temas en un tweet. Fue creado de manera orgánica por los usuarios de Twitter como una manera de categorizar los

mensajes. Por ejemplo, si estás en un evento como el BAFWeek y deseas publicar un tweet al respecto, puedes utilizar el hashtag #BAFWeek2012.

- **¿Qué es un #FF?:** los *Follow Fridays* o #FF son una costumbre adoptada por los usuarios de Twitter que se basa en recomendar otras cuentas de Twitter que consideres interesantes el día Viernes. Por ejemplo, "*#FF a @modaBA por el evento que organizaron!*".
- **¿Qué son las listas?:** Twitter te permite agrupar distintas cuentas en grupos o listas. De esta forma podrás generar listas para distintas temáticas. Es importante destacar que no es necesario seguir a una cuenta para poder añadirla a una lista.



3. CONSTRUYENDO UN PERFIL PROFESIONAL

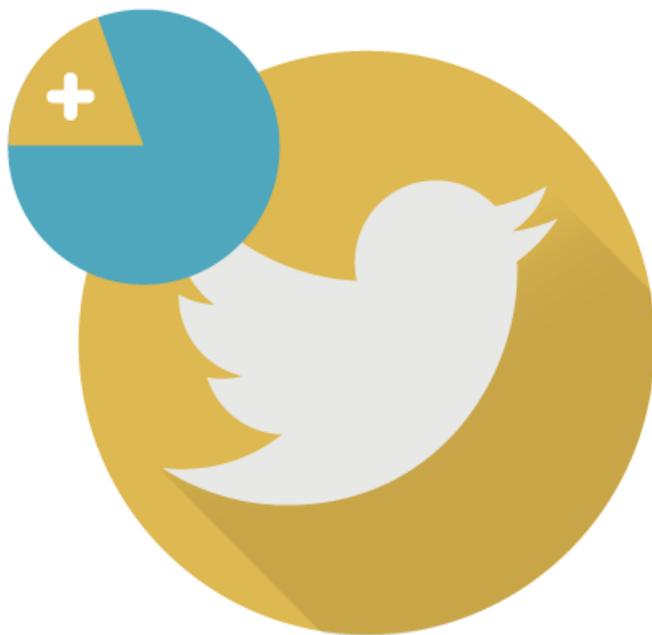
Desde luego que el primer paso es [crear tu perfil en Twitter](#). Antes de empezar a conseguir seguidores, es importante que tu perfil luzca profesional. Para eso recomendamos:

- **Foto de Perfil:** las fotos genéricas de Twitter suelen brindar desconfianza, por lo que es fundamental establecer una foto personal como foto de perfil. Si estás creando el perfil de tu marca, sugerimos utilizar tu logo. Sin embargo, también es recomendable poner una foto propia para "*humanizar*" la cuenta. Tus seguidores se sentirán más seguros de seguirte si hay una persona detrás de la cuenta. EL tamaño recomendado de Twitter para esta imagen es de 400x400 px.
- **Imagen de portada/cabecera:** Con el [nuevo perfil de Twitter](#), las fotos de portada o de cabecera son más notorias e importantes. La palabra utilizada por la red social para describirlas es 'inmersivas'. El tamaño de imagen recomendado por ellos es de 1500x1500 px. Aprovecha este espacio para comunicar más

información sobre tu marca; escoge una fotografía que transmita tus valores.

- **Biografía breve y concisa:** sólo dispones de 160 caracteres para describirte y mostrar lo que tus seguidores encontrarán si te siguen. Es importante que generes interés. Utiliza tu creatividad para redactar una biografía que genere impacto además de intriga.
- **Imagen de fondo:** [elige un fondo](#) que esté en línea con el diseño de tu marca. Al igual que en la foto de perfil, es importante evitar las imágenes genéricas de Twitter para dar una experiencia más profesional.
- **¡Buenos Tweets!:** es lo más importante. Procura redactar tweets que reflejen quién eres y que estás dialogando con tu audiencia. Recuerda que deberías generar contenido relevante y responderle a tus seguidores MÁS de lo que publicas ofertas o intentas vender tus productos.
- **Twitts fijos:** con el nuevo diseño llegan los tweets fijos, que precisamente se fijan en la parte superior de tu perfil. Esto es útil para resaltar tus

publicaciones más importantes o aquellas que quieres que tengan una exposición continua.



4. GENERANDO SEGUIDORES

Ahora que ya tienes tu perfil es hora de conseguir seguidores. Hay muchas formas de conseguir seguidores. Sin embargo, el gran desafío (y lo que rendirá más frutos para tu tienda) es generar una audiencia relevante para el segmento que tienes como objetivo. Por ejemplo, si vendes ropa para niñas adolescentes, conseguir un gran número de niñas de 15 años seguramente genere más resultados que una audiencia de hombres adultos.

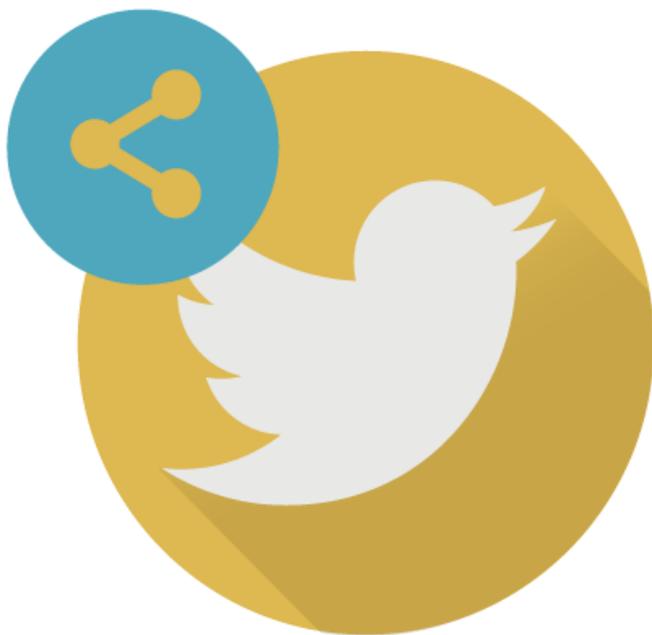
¿Pero dónde encontrarlos?, ¿cómo conseguir que sigan tu perfil?

A pesar de que tener un gran número de seguidores no es todo, mostrar una gran audiencia a los visitantes de tu perfil es una gran forma de generar confianza y [social proof](#). Una forma práctica de empezar es encontrando gente que siga a aquellos que los siguen. Lo que debes buscar son cuentas que tengan una relación de casi 1:1 entre sus seguidores y quienes ellos siguen.

Hay herramientas que pueden ayudarte a lograr esto:

- [TwitterCounter Search](#): ingresando una palabra clave podrás ver cuentas de Twitter con su respectiva cantidad de cuentas que siguen y seguidores. Al conectar la aplicación con tu cuenta de Twitter podrás seguir directamente desde los resultados.
- [Listorious](#): busca listas de Twitter creadas por otros usuarios de tu industria. Una vez que vayas a la página de una lista, ve a la pestaña de *miembros*. Desde allí podrás seguir cada uno de sus integrantes.

También hay otras herramientas útiles. Existen directorios como [Twellow](#) y [Wefollow](#). Por otro lado, existen herramientas de automatización, las cuales te permiten, entre otras cosas, seguir a usuarios de forma automática en base a distintas reglas que puedes configurar. La más popular es [Twitter Adder](#), pero también existe [Botzie](#).



5. APROVECHA TUS OTROS CANALES

Si tienes un sitio web, tienda virtual, blog o envías un newsletter por email puedes utilizarlos para incrementar tu audiencia en Twitter. Para lograrlo debes asegurarte de incluir un enlace a tu cuenta de Twitter en todas tus propiedades online, desde los mencionados anteriormente hasta las firmas de tu correo electrónico y perfiles en otras redes sociales.

Si tienes un blog, una excelente forma de conseguir seguidores es utilizando el [botón de re-tweet de Twitter](#). La idea es incluir este botón en cada uno de los posts de tu blog para que tus lectores puedan compartir tus artículos desde esa misma página. Adicionalmente, podrás configurar el botón para que indique que el artículo se comparte *vía* tu cuenta de Twitter. De esa forma los usuarios que encuentren ese tweet como interesante podrán seguirte fácilmente.



6. CONSEJOS PARA LOS MENSAJES DIRECTOS

Una vez que tengas seguidores podrás enviar mensajes directos a ellos. **Los mensajes directos tienen el beneficio de ser privados.**

Sin embargo, debes tener mucho cuidado al hacer esto. Hacer uso de los mensajes directos en exceso puede resultar en que seas identificado como SPAM.

Piensa el primer mensaje directo como conocer a alguien personalmente o mandarle un email a alguien que no conoces. **Si lo primero que haces es intentar venderle, seguramente te ignore o te marque como SPAM.** Por el contrario, debes ver el mensaje como una forma de establecer una conexión más profunda con tu seguidores. Por ejemplo, puedes decirles que es un gusto estar en contacto y agradecerles por seguirte. Otra buena idea es preguntarles qué tipo de contenido les resultaría interesante.

Lo ideal sería personalizar cada mensaje para cada seguidor. Desde luego que esta tarea puede ser un poco ardua si se tiene muchos seguidores. En ese caso se puede contar con herramientas gratuitas como [Social Oomph](#), las cuales te permiten automatizar un mensaje directo para tus seguidores.



7. CONTENIDO AUTOMÁTICO Y TWEETS PERSONALES

Las herramientas automáticas pueden ser de gran ayuda para generar contenido sin tener que estar pendiente de tu cuenta. Sin embargo, debes tener mucho cuidado al hacer uso de éstas. Puede que pierdas muchos seguidores si tu cuenta es identificada como un [bot](#).

Pero como dice el Tío de Spiderman, Ben, *un gran poder conlleva una gran responsabilidad*. Es por esto que a continuación te compartimos herramientas, que utilizadas con responsabilidad pueden ayudarte a generar muy buen contenido relevante para tu audiencia.

La primera es [TwitterFeed](#), la cual, una vez conectada con tu cuenta de Twitter, te permite publicar tweets siempre que tus blogs favoritos publiquen un nuevo artículo a través de su [feed RSS](#).

Lo fundamental al hacer uso de TwitterFeed es elegir blogs que generen contenido relevante para la audiencia que tienes como objetivo. Más aún, si generas contenido

interesante, seguramente tu audiencia de seguidores comience a hacer retweet de tu contenido, aumentando el alcance de tu mensaje e incrementante tu base potencial de seguidores.

La segunda herramienta es es un plugin para aquellos que tengan un blog en WordPress y se llama [Tweet Old Post](#). Este plugin publicará en tu cuenta de Twitter artículos más antiguos de tu blog, los cuales seguramente sigan siendo interesantes pero quedaron olvidados en el archivo gracias. De esta forma, **tus seguidores pueden ver contenido valioso de tu blog que hasta ahora no estabas aprovechando.**

Lo mejor de estas herramientas es que te ayudarán a tener tu cuenta de Twitter activa a pesar de no tener tiempo de mantenerla actualizada de forma constante.

Sin embargo los tweets más importantes son aquellos que realices personalmente para interactuar con tu comunidad y los líderes de tu industria. Recuerda que no debes limitarte únicamente a tus seguidores. Tener conversaciones reales utilizando el

@NombreDeUsuario le permite a tus seguidores saber que eres más que un bot, sino que eres un humano que desea dialogar con ellos.

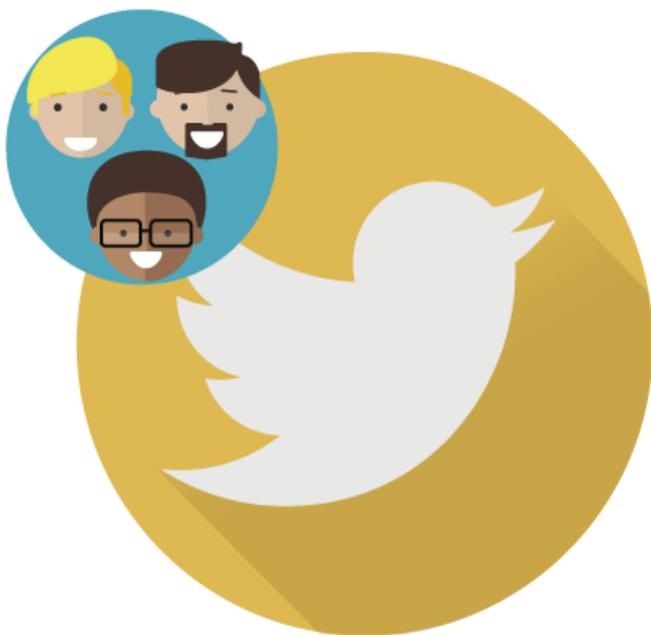


8. APROVECHA LOS #HASHTAGS

Una forma de lograr exposición es participar de un hashtag o tema popular del momento (Trending Topics). Podrás encontrar los temas populares a la izquierda de tu página principal en Twitter.

Al participar de un tema popular, tus tweets serán vistos por aquellos que sigan el hashtag. Esta es una forma de difundir un artículo de tu blog y generar tráfico a tu sitio.

Por ejemplo, si se está desarrollando el #bafWeek2014 y detectas que es un hashtag popular, puedes aprovechar esta oportunidad para promocionar tu blog de moda.



9. LAS RELACIONES CON TUS SEGUIDORES

Como ya mencionamos anteriormente, a diferencia de otras redes sociales, Twitter no precisa de autorización previa para seguir a personas o que te sigan. Esto representa una ventaja ya que generar una comunidad de tu marca en Twitter pasa a ser una tarea bastante sencilla. Teniendo la posibilidad de llegar a personas que de otro modo no llegarías, es necesario que planees una estrategia para abordarlos.

A continuación enumeramos algunos consejos para construir una buena relación con tus seguidores que potencie tu negocio.

Monitorea: escucha y responde

Una de las claves a la hora de generar una buena relación con tus seguidores es estar atento a ellos. Cuando hablamos con una persona nos gusta que nos respondan. En twitter sucede lo mismo, a pesar de ser una empresa, el seguidor demanda una interacción personal, y eso es lo que le tenemos que brindar. Es necesario

escuchar lo que se dice de tí y responder siempre.

Las redes sociales son una excelente oportunidad para escuchar a tus consumidores, cambiar si es necesario, y darles una respuesta. Si te has equivocado, pide disculpas e intenta subsanar el error. Ellos lo valorarán y hasta posiblemente difundan cómo los has ayudado con su problema.

Posiblemente la mejor herramienta de administración de Twitter de la actualidad sea [HootSuite](#). Ésta no sólo te permite administrar múltiples redes sociales y programar tweets para determinados momentos, sino que además brinda la posibilidad de tener múltiples columnas para que puedas darle seguimiento a tus menciones (@tucuenta), mensajes directos, listas de usuarios y también búsquedas en Twitter.

También puedes escuchar lo que se dice de ti mediante búsquedas:

- **Búsquedas en Twitter:** las búsquedas en Twitter son una herramienta muy potente ya que te permite observar las menciones que hagan los usuarios a ciertos términos que sean relevantes para tu industria. Por ejemplo, si vendes zapatos, podrías estar interesado en ver los tweets que incluyan frases como *"zapatos"*, *"necesito zapatos"*, *"mejores zapatos"* o lo que digan de tus competidores. De esta forma, si observas que un usuario publica algo como *"mañana es la fiesta y todavía no tengo los zapatos"*, tu podrías responderle utilizando el @nombreDeUsuario. Recuerda que no debes salir a vender de forma desesperada. Seguramente estos usuarios no sean tus seguidores y no te conozcan. Por el contrario, puedes ofrecerle ayuda o compartirle un artículo de tu blog que hable sobre zapatos para fiestas.
- Adicionalmente, puedes [utilizar la búsqueda avanzada de Twitter](#) para ver, por ejemplo, la gente que ha tuiteado sobre zapatos en tu ciudad.
- Con Hootsuite, podrás crear y guardar columnas con las búsquedas que tu desees.

Publica contenido 80/20

¿Qué significa esto? Las redes sociales representan principalmente un momento de distensión para el usuario. Por este motivo nuestra aproximación a ellos debe ser estratégica. Un 80% del contenido que publiquemos debe estar apuntado a cubrir sus intereses y expectativas de distensión; el 20% restante puede ser utilizado para promocionar nuestra marca. Si los abrumamos con contenido promocional pronto se cansarán y sentirán frustrados y por lo tanto es muy probable que dejen de seguir nuestra marca en Twitter.

Para conocer qué les interesa a tus seguidores haz una investigación de las cuentas de Twitter a las que siguen. Identifica intereses en común y elabora una estrategia de contenidos orientada a satisfacerlos.

Un consejo para crear contenido que resulte atractivo para tus seguidores es utilizar imagen y

video. Estos tipos de formatos suelen lograr una mayor interacción con los usuarios.

Ofrece descuentos

Un descuento es siempre algo positivo. Ofrece descuentos a tus seguidores para que utilicen en tu tienda online u offline. De este modo no solo estarás captando la atención de aquellos interesados, sino que probablemente estarás captando al círculo de seguidores de tus seguidores ¿Cómo es esto? Si la experiencia les resulta satisfactoria, existen grandes probabilidades de que la compartan con sus conocidos en su propia cuenta de twitter.

Existen muchas maneras de generar comunidad con descuentos en Twitter, a continuación les dejamos unos ejemplos.

- **Descuento a cada nuevo seguidor:** toda vez que alguien nuevo comience a seguirte, agradécele con un descuento en tus productos o servicios. Esto hará que la persona se sienta valorada y

feliz, y posiblemente comparta la experiencia con sus amigos y les recomiende seguirte.

- **Descuento exclusivo para seguidores:** así como queremos captar nuevos seguidores y potenciales clientes, otra parte importante de nuestra construcción de imagen de marca en Twitter es cuidar a los usuarios que ya nos siguen. Para esto, puedes ofrecer un descuento constante no muy agresivo en determinados productos o servicios de tu negocio. Si tienes una tienda en la calle puedes aprovechar a integrar ambos canales ofreciendo el descuento para la tienda offline. Así estarás ofreciendo un valor agregado para aquellos que no la conocían, y estarás potenciando un canal con el otro.
- **Descuento por twittear una foto con tu producto:** Otra opción posible es ofrecer descuentos a aquellos que se sacan una foto con tu producto y la suben a Twitter mencionando a tu marca. Así estarás generando mayor visibilidad de tu producto al ser recomendado por tus propios clientes.

Involucra a los seguidores

Es importante que tus seguidores se sientan involucrados, de este modo tendrán una mejor predisposición para con tu marca. Hazlos parte invitándolos a participar en discusiones que tu crees. Pídeles opinión y hasta consejos. Si logramos que los usuarios sientan que los valoramos y que son importantes para nosotros, quizá a la hora de comprar determinado producto eso influya en la balanza y la incline hacia nuestra marca.

Una técnica aplicada por muchas marcas es establecer un tema del día a modo de #Hashtag para que los seguidores interactúen con la marca contando sus experiencias personales.

Sigue intereses y descubre ideas

Muchas veces ocurre que nosotros creemos que estamos haciendo las cosas bien, pero en realidad existen maneras para hacer las cosas mejor. Sin importar cuán bien estés desarrollando tu estrategia en Twitter, es altamente recomendable que sigas aquellas

cuentas que comparten intereses con tu marca o aquellas que directamente son la competencia.

Esta técnica te puede ayudar para estar al tanto de las últimas tendencias y descubrir nuevas ideas que puedan ayudar a potenciar tu negocio. Para seguir cuentas relevantes puedes hacer una búsqueda en Twitter por palabras clave; así descubrirás todas aquellas que en sus biografías o en sus publicaciones diarias cuentan con aspectos relacionados a tu área de interés.

Tip: así como tu quieres encontrar cuentas interesantes, hay otros que quieren encontrarte. Por esto mismo no olvides de definir tus propias palabras clave y utilizarlas no sólo en tu perfil sino en tus publicaciones diarias. Para esto puedes utilizar el [Planificador de Palabras Clave de Google](#).

Crea listas

Las listas de Twitter son un gran método para organizar a tus seguidores y dirigirte a los

usuarios correctos en el momento indicado. Las listas permiten segmentar los twitts que llegan a tu *feed*. De esta manera, puedes dividir a las personas que sigues en categorías como Competidores, Intereses determinados, Clientes, Prospectos (visitas a tu sitio web), etc., y de esa manera poder fácilmente relacionarte con aquellas personas que te interesan. También puedes generar listas de líderes de tu industria para darle seguimiento a sus tweets, hacer retweets de los contenidos interesantes que compartan y hasta dialogar con ellos.

Así, podrás estar al tanto de lo que dice determinado grupo de personas o empresas que son de tu particular interés.

Twitter ofrece también la posibilidad de que otras personas agreguen personas a tus listas. Si te interesa generar una comunidad de determinado tipo y te gustaría que otros usuarios colaboren en la creación de la misma, puede configurar la lista como 'pública'.

Sigue a tus seguidores

Toda vez que obtengas un nuevo seguidor, además de ofrecerle un cupón de descuento en tus productos, puedes seguirlo también. Esta acción, por más inútil que parezca, resulta bastante relevante. Al 'responder al seguimiento' de una persona, le estás transmitiendo confianza y demostrando interés.

De este modo, sin mucho esfuerzo estarás avanzando un paso en la generación de una buena relación con tus seguidores de Twitter.

Ofrece primicias

Una gran ventaja de esta red social es que puedes publicar en cualquier momento del día desde tu dispositivo móvil. Por este motivo resulta muy fácil tomar fotos del 'detrás de escena' de tu negocio. Este tipo de contenido llama la atención de los seguidores dado que el

ser humano es curioso por naturaleza y se siente atraído por aquello que no conoce.

Ofrecer primicias del tipo 'adelanto de la temporada de zapatos 2014', o 'el equipo de XXXX trabajando en un nuevo proyecto', etc., generará valor para tus seguidores.



10. RESUMEN

Recuerda siempre que lo más importante es satisfacer los deseos del seguidor para poder cumplir con sus expectativas y así, estando satisfecho y feliz, tienda a comprar tu producto/servicio.

Esperamos que te haya servido. A continuación te dejamos algunos contenidos que te pueden resultar también de gran utilidad:

- [Curso online gratis de Marketing en Twitter](#)
- [Artículo sobre Twitter Product Cards](#)

También, dentro de nuestra [Universidad del Ecommerce](#) tenemos mucho contenido para continuar ayudándote en tu negocio.

¡Buena suerte!