



Twitter para **tu empresa**

UNA GUÍA PARA EMPEZAR

business.twitter.com/es | [@TwitterAdsEs](https://twitter.com/TwitterAdsEs)



Índice

Introducción	4
Capítulo 1: Las cifras	5
La gente ya está twitteando sobre ti	6
Lo que los usuarios quieren oír de ti	7
Twitter sobre la marcha: la ventaja de la pequeña empresa	8
Capítulo 2: Cómo empezar	9
Bienvenido a Twitter	10
¿Qué es un Tweet?	11
Configura tu perfil	12
Capítulo 3: Interactúa con tu audiencia	13
Encuentra tu voz	14
Responde, reacciona y retwittea	15
Conviértelo en costumbre	16
Una semana en Twitter	17
Twittea algo que se pueda compartir	19
Capítulo 4: Incrementa tu impacto	20
Promociona tu @nombredeusuario de Twitter	21
Utiliza a tus seguidores para conseguir más	22
Conecta con empresas afines	23
Mide y aumenta tu impacto	24
Usos innovadores de Twitter	25
Prueba Anuncios de Twitter	26
Diez pasos para aumentar tu interacción	27



Pon a Twitter a trabajar para tu empresa

Un Tweet es una herramienta poderosa. Cada semana, miles de millones de Tweets fluyen a través de Twitter sobre todos los temas imaginables. Una gran variedad de personas, organizaciones, empresas -grandes y pequeñas, locales e internacionales- utilizan Twitter para darse a conocer.

Esta guía está pensada para ayudar a dueños de pequeñas empresas como tú, a entender cómo usar Twitter de la mejor manera. Twitter puede ayudar a tu empresa a conectarse con clientes, a amplificar tu mensaje y finalmente a crecer.

Te mostraremos cómo en estos cuatro capítulos:

1. LAS CIFRAS

Tus clientes ya están hablando de ti en Twitter. No pierdas la oportunidad de formar parte de la conversación. Conoce mejor cómo están usando Twitter y los tipos de Tweets de marcas y empresas en los que están interesados.

2. CÓMO EMPEZAR

Empezar es fácil. En esta sección, te guiaremos a través de la página web de Twitter y te explicaremos cómo configurar tu perfil y conectar con los usuarios. Consulta nuestra guía “¿Qué es un Tweet?” para conocer todos los componentes que forman un Tweet.

3. INTERACTÚA CON TU AUDIENCIA

Los clientes responden a las marcas que destacan por algo: twittea sobre tus ideas, tus principios y tus pasiones para captarlos. Tus seguidores son tus clientes más fieles, asegúrate de reconocer y premiar los Tweets que hablan sobre ti.

4. AMPLIFICA TU IMPACTO

Cuantas más personas hablen de tu empresa en Twitter, más seguidores (y clientes) conseguirás. Céntrate en las actividades que promocionan tu @nombredeusuario y observa cómo tu empresa se expande.



1

Las cifras

Tus clientes ya están hablando de ti en Twitter. Que entiendas lo que están diciendo y por qué los usuarios siguen a las empresas te ayudará a construir mejores y más duraderas relaciones

LA GENTE YA ESTÁ TWITTEANDO SOBRE TI

LO QUE LOS USUARIOS QUIEREN OÍR DE TI

**TWITTER SOBRE LA MARCHA:
LA VENTAJA DE LA PEQUEÑA EMPRESA**



La gente ya está twitteando sobre ti

Tanto si ya estás activamente en Twitter como si no, la gente está hablando sobre ti, tu empresa y el espacio en el que operas.

UTILIZA LA BÚSQUEDA PARA SABER LO QUE ESTÁN DICHIENDO

Ve a search.twitter.com para buscar un producto o nombre de empresa y mira lo que la gente dice específicamente sobre ti.

También puedes buscar por palabras clave o por etiquetas relacionadas con tu empresa y tu categoría (por ejemplo, los cafés de Madrid) para conseguir información valiosa sobre tus clientes y empresas similares.

Hay millones de usuarios en España, y 255 millones de usuarios activos en todo el mundo.

Fuente: datos internos de Twitter, abril 2014

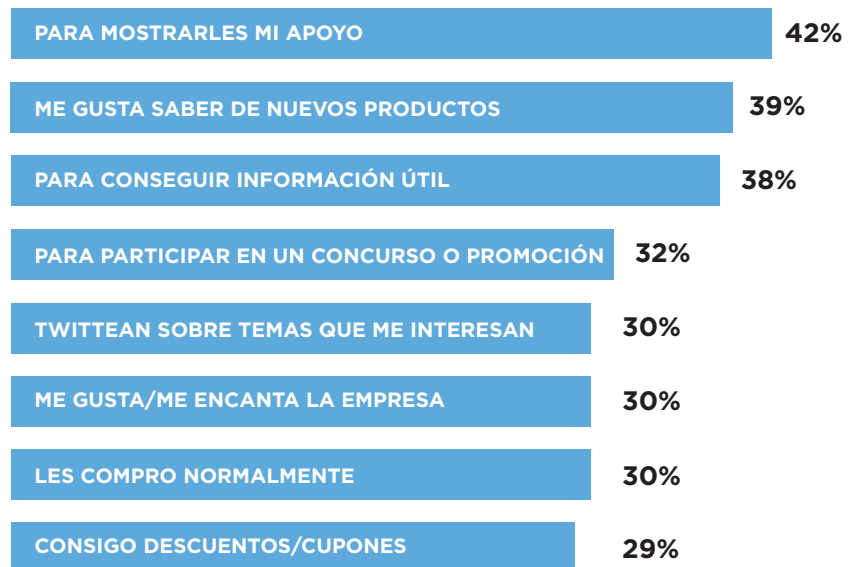
Si eres nuevo en Twitter, te recomendamos utilizar la búsqueda para aprender de otros usuarios y empresas antes de lanzarte a la piscina. Verás rápidamente qué Tweets generan una mayor respuesta y qué contenido es más atractivo e interesante para los usuarios.



Lo que los usuarios quieren oír de ti

Entender por qué los usuarios siguen a las pequeñas y medianas empresas en Twitter te ayudará a interactuar mejor con tus seguidores.

Estas son las razones que nos dieron:



Fuente: DB5 enero de 2014: "Una mirada a los seguidores de pequeñas y medianas empresas en el Reino Unido".

Los usuarios siguen a las empresas y organizaciones por muchas razones, entre ellas para saber cosas sobre nuevos productos, acceder a información y participar en concursos o promociones. Te recomendamos que pruebes con diferentes tipos de Tweets para ver qué es lo que le funciona a tu empresa, y qué no.



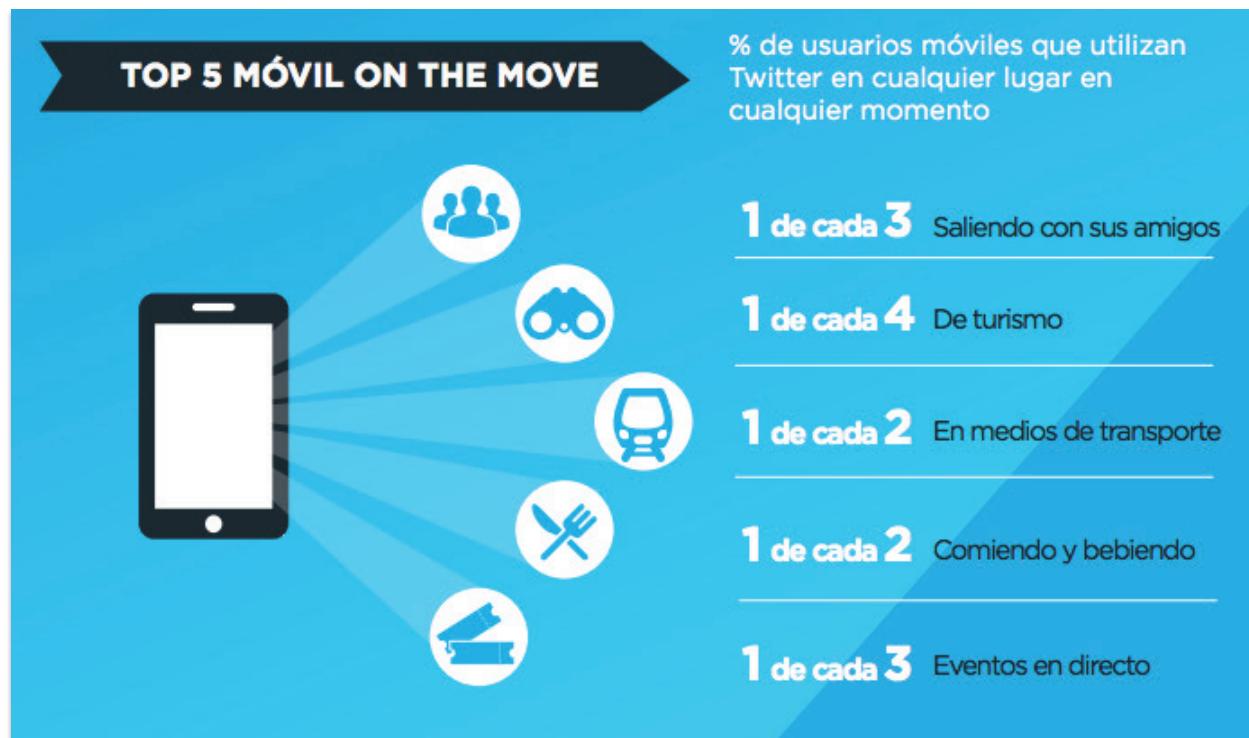
Twitter en tus manos: la ventaja de la pequeña empresa

HAZTE MÓVIL

El 80% de los usuarios de Twitter en el Reino Unido utilizan un dispositivo móvil para acceder a Twitter.

Esta tendencia creciente representa una verdadera oportunidad para las pequeñas empresas, ágiles como la tuya. Gracias al seguimiento de lo que los usuarios dicen en tiempo real, puedes responder de una manera oportuna y útil.

Por ejemplo, si un usuario twittea sobre lo mucho que tiene que esperar en el restaurante de la esquina, ¿por qué no responderle ofreciéndole una mesa en el tuyo?



Fuente: Un estudio profundo del usuario de Twitter EMEA Nielsen 2014



2

Cómo empezar

Entiende cómo funciona Twitter para que tu empresa se una a la conversación de una manera activa y eficaz.

BIENVENIDO A TWITTER

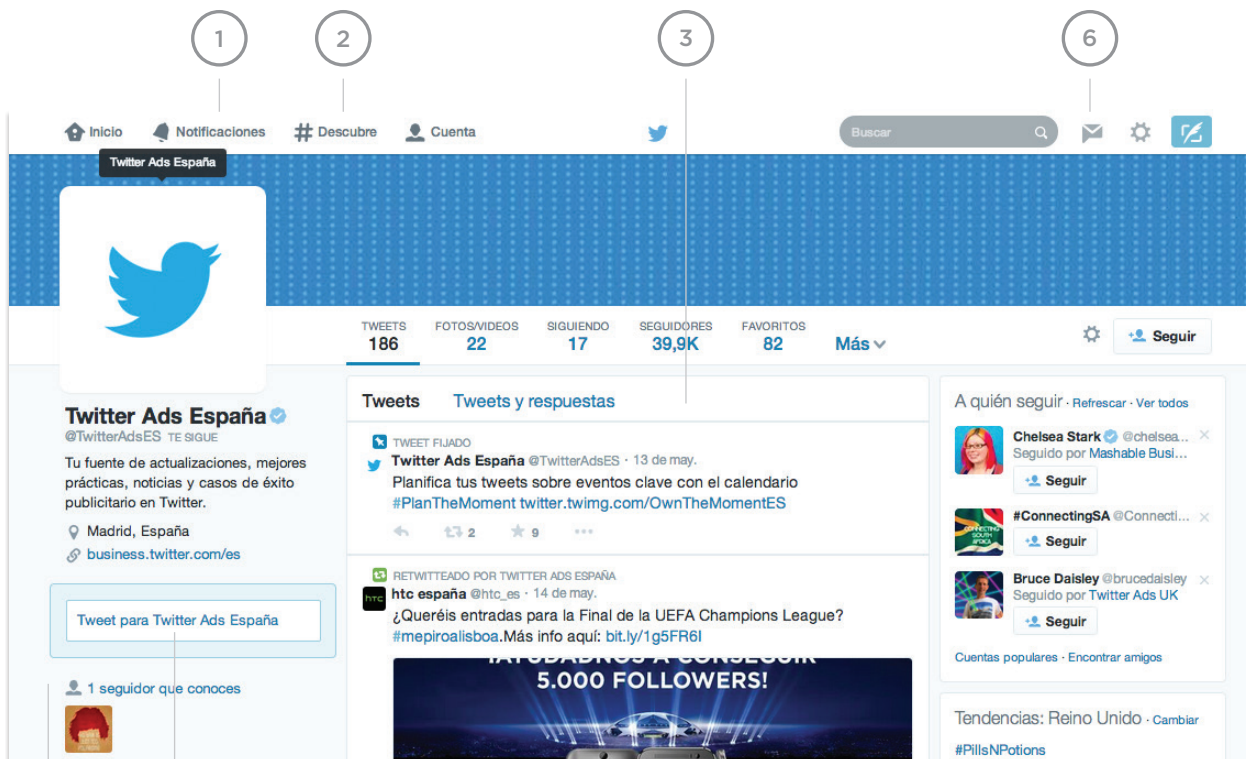
¿QUÉ ES UN TWEET?

CONFIGURA TU PERFIL



Bienvenido a Twitter

Twitter es una red abierta de información pública. Utiliza la página de inicio para acceder rápidamente a la información que estás buscando.



1. NOTIFICACIONES

Haz clic aquí para ver tus interacciones, como quién te ha empezado a seguir o los Tweets que han mencionado tu @nombredeusuario.

2. DESCUBRE

Visita esta área para ver qué temas son 'tendencia' en tu zona y saber sobre qué se está hablando en todo el mundo.

3. CRONOLOGÍA

Tu cronología muestra los Tweets de los usuarios que te siguen en el orden en el que se publican.

4. A QUIÉN SEGUIR

Las cuentas de Twitter sugeridas se muestran aquí. Estas cuentas se basan en las personas que tú sigues, entre otras cosas. Al hacer clic en "Ver todas" se te mostrará una página con la opción de encontrar amigos de otras redes (p. e.: Gmail).

5. PUBLICAR UN NUEVO TWEET

Empieza a escribir tu mensaje de 140 caracteres directamente en este cuadro.

6. ENVIAR UN MENSAJE DIRECTO (MD)

Un MD es un mensaje privado. Solo puedes enviar un MD a las personas a las que sigas y que también te sigan.



¿Qué es un Tweet?

Un Tweet es un mensaje, con 140 caracteres o menos, publicado en Twitter. Los Tweets son los componentes básicos de tus comunicaciones y muestran tu capacidad para decir más con menos.



1. @nombredeusuario

El @nombredeusuario siempre se encuentra al principio de un Tweet.

2. MENCIÓN

Si quieres mencionar a un usuario o marca en un Tweet, para darle crédito o llamar su atención, basta con incluir su @nombredeusuario y aparecerá en su pestaña Conectar. Como cualquier otro Tweet, todos tus seguidores podrán verlo.

3. ENLACES

Incluir enlaces en tus Tweets es una manera perfecta de motivar a tus seguidores para que obtengan más información sobre lo que has twitteado. Para ayudarte a ahorrar espacio, cualquier enlace que pegues en el cuadro de mensaje se reducirá automáticamente a 22 caracteres.

4. ETIQUETA

Una etiqueta es cualquier palabra o frase precedida por el símbolo #. La gente usa etiquetas para organizar las conversaciones. Así es más fácil encontrar todo el contenido relacionado con un tema determinado. Haz clic en una etiqueta para ir directamente a los resultados de búsqueda de ese término.

5. RESPONDER

Haz clic en "responder" para responder a un Tweet. Al responder, la respuesta se hará pública y se mostrará en tu cronología y en la cronología de la persona a la que respondas. Nota: tu Tweet lo podrá ver toda la gente que os siga a los dos. Responder a un Tweet es una buena manera de construir la relación con tus seguidores.

6. RETWITTEA

¿Has visto algo que te gusta? ¡Retwittéalo! Retwittear es reenviar el mensaje a todos tus seguidores. Esta es una manera perfecta de agradecerle a un cliente que haya dicho algo agradable sobre ti, o de difundir un comentario con el que estás de acuerdo.



Configura tu perfil

Tu perfil dice mucho sobre tu empresa. Tu nombre, resumen e imagen de perfil deberían conjuntamente contar tu historia.



Utiliza un fondo relevante y que llame la atención.

Elige una imagen de perfil que muestre la mejor cara de tu empresa.

Twitter Ads España ✓
@TwitterAdsES FOLLOWS YOU

Tu fuente de actualizaciones, mejores prácticas, noticias y casos de éxito publicitario en Twitter.

📍 Madrid, España
🔗 business.twitter.com/es

Tu fuente de actualizaciones, mejores prácticas, noticias y casos de éxito publicitario en Twitter.

Incluye un enlace a tu página web. También considera incluir tus horarios y tus números de teléfono.

Escribe un resumen claro e informativo que describa tu empresa, productos o servicios. Asegúrate de que los clientes sepan dónde encontrarte proporcionando tu dirección.



3

Interactúa con tu audiencia

Un contenido y comportamiento adecuados convierten a las personas en clientes, y a los clientes en defensores.

ENCUENTRA TU VOZ

RESPONDE, REACCIONA, RETWITTEA

HAZLO POR COSTUMBRE

UNA SEMANA EN TWITTER

TWITTEA ALGO QUE SE PUEDA COMPARTIR.



Encuentra tu voz

Twitter es un entorno informal. Los usuarios responden mejor a un tono amable y conversacional.

SÉ TÚ MISMO



La tienda de zapatos
@zapatomundo

¡Cumplimos un año y estamos celebrando con un pastel! Gracias a todos nuestros clientes, brindemos por un nuevo año juntos.

Con demasiada frecuencia, las empresas son excesivamente formales en Twitter. La gente responde mejor a los Tweets con un tono de conversación amistoso. Cuando estés twitteando, escribe en un tono informal y agradable y sin miedo a mostrar tu personalidad.

DALES ALGO MÁS



La tienda de zapatos
@zapatomundo

¡Recién llegados! Nueva línea de zapatos super anchos. Estilo de todas las tallas.
pic.twitter.com/mEVA4RULu2



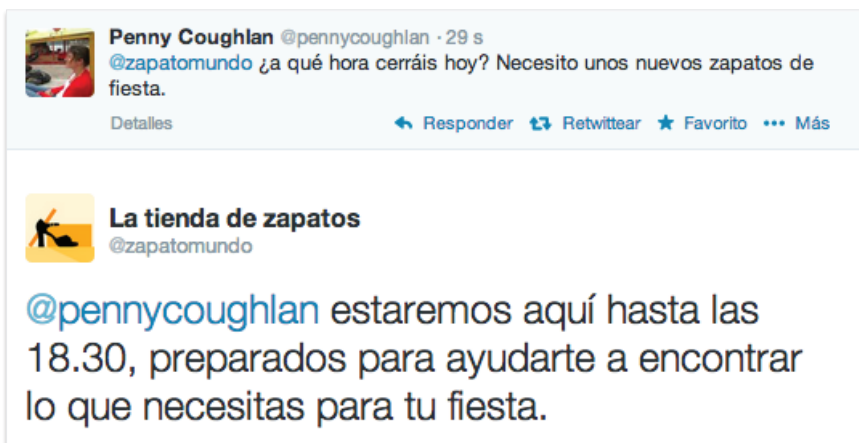
Utiliza Twitter para transmitir ideas e información sobre tu empresa que tus clientes no puedan encontrar en otro lugar. Dales una razón para que vuelvan.



Responde, reacciona, retwittea

Tus seguidores son algunos de tus clientes que más se interesan por ti: trátalos como se merecen.

SÉ RECEPTIVO



Responde cuando la gente twittee sobre ti. Marca como favoritos y retwittea los mensajes positivos, y asegúrate de dar las gracias a los que te alaban. Todas estas acciones te ayudarán a construir relaciones más fuertes con tus seguidores y convertirlos en clientes fieles.

Aborda sin demora cualquier Tweet que critique tu empresa. Algunas conversaciones deben mantenerse fuera de Twitter. Si hay muchos mensajes de ida y vuelta o el intercambio es demasiado específico para tu cronología, pídele al seguidor que te envíe un mensaje directo (MD) con su información de contacto para que puedas comunicarte con él por teléfono o correo electrónico. Los comentarios negativos bien gestionados pueden convertir a un cliente descontento en tu mayor fan.

SUGERENCIA

Descarga Twitter para tu dispositivo móvil en twitter.com/download para poder responder a tus clientes en tiempo real y sobre la marcha.



Hazlo por costumbre

TWITTEA A DIARIO

Las pequeñas ideas funcionan tan bien como las grandes a la hora de twittear. Puedes retwittear a alguien, dar las gracias a un cliente o hablar de lo que está sucediendo en tu comunidad.

La gente se pregunta con qué frecuencia debe twittear, pero no hay una respuesta "correcta". Si twitteas cada cinco minutos puede ser demasiado y twittear solo una vez a la semana es muy probable que sea demasiado poco. En un primer momento, twittea una vez al día. Con el tiempo, verás qué es lo que funciona mejor teniendo en cuenta la cantidad de contenido que quieres compartir y las particularidades de tu empresa.



Que Twitter ocurra en tiempo real, no significa que no puedes planificar el futuro. Piensa en los próximos eventos importantes para tu empresa -lanzamiento de productos, fiestas o eventos de temporada- y piensa de qué forma puedes incorporar Twitter en tus planes.

Echa un vistazo a nuestro Planificador #OwnTheMoment en t.co/OTM para conseguir algo de inspiración para las grandes citas.

SUGERENCIA

Sigue a los periodistas y medios de comunicación que cubren tus temas, y retwittea sus comentarios y puntos de vista si son relevantes para tu empresa. No solo vas a ofrecer contenidos interesantes a tus seguidores; algunos de esos periodistas te seguirán a ti.



Una semana en Twitter

Puedes planificar el futuro en Twitter. Estos son algunos ejemplos de cómo puedes atraer a los clientes a lo largo de una semana.

LUNES

Promociones especiales

PROMOCIONES ESPECIALES



La tienda de zapatos
@zapatomundo

10% de descuento en tu próxima compra cuando citas "Pies Felices" en el checkout o en la tienda.

← Répondre ↻ Retweeter ★ Favori ⋮ Plus



Lanza promociones exclusivas en Twitter solo para tus seguidores. Twittea un código promocional que active un descuento en tu página web al pagar, o twittea una palabra clave que los clientes puedan mencionar para conseguir un descuento cuando visiten tu empresa. Ofrece una descarga gratuita a los seguidores que retwitteen tu oferta.

MARTES

Entre bastidores

ENTRE BASTIDORES



La tienda de zapatos @zapatomundo · 20 mai
¡Hora de hacer una pausa!

MIÉRCOLES

JUEVES

VIERNES

Twittea vídeos o fotos de lo que ocurre internamente en tu empresa que proporcionen acceso a una información que tus seguidores no puedan conseguir de otra manera.

¿Vas a poner en marcha una promoción?
Visita business.twitter.com/es/promotional-tactics para conocer algunas de nuestras prácticas recomendadas.



LUNES

MARTES

MIÉRCOLES

Consejos útiles

CONSEJOS ÚTILES



La tienda de zapatos
@zapatomundo

¿Dolor en los pies? Prepara una taza de té de menta, añádelo a un recipiente con agua, sumerge tus pies y a disfrutar
pic.twitter.com/cdDhdBp8IA



Crea una serie periódica de Tweets informativos o sorprendentes. Si eres un chef, twittea recetas o consejos de cocina. Si tienes una tienda de ropa, twittea ideas para conjuntar las tendencias actuales con piezas vintage.

JUEVES

Destacados de prensa

DESTACADOS DE PRENSA



La tienda de zapatos
@zapatomundo

@zapatonovedades ¡Gracias por mostrar nuestros zapatos! Estamos encantados que os haya gustado.

Resalta artículos de prensa y noticias positivas sobre tu empresa, sector o comunidad que consideres que son de interés para tus seguidores. Asegúrate de mencionar el @nombredeusuario del periodista o medio de comunicación cuando twittees el artículo. De esta forma se lo atribuyes a él y reconoces la fuente.

VIERNES

Céntrate en tu gente

CÉNTRATE EN TU GENTE



La tienda de zapatos
@zapatomundo

¡Qué día agitado hoy! ¡Gracias a todos y buen trabajo del equipo de Zapato Mundo!

Dale importancia a la gente que contribuye al éxito de tu empresa destacando su gran labor en tus Tweets o comparte fotos de ellos en el trabajo. Retwittea los Tweets que tienen que ver con tu empresa.



Twittea algo que se pueda compartir

Entiende por qué la gente comparte cosas para crear Tweets mejores.

Antes de escribir un Tweet, piensa en cómo van a responder tus seguidores. ¿Van a querer responder, añadir a favoritos o compartir ese Tweet?

La gente tiende a compartir los Tweets positivos que resuelven un problema, responden a una pregunta, entretienen o inspiran. En Twitter, observamos que el contenido más retwitteado suele contener enlaces, fotos, vídeos o citas. Cuando twittees algo interesante, existe el potencial de poder llegar a muchos posibles futuros clientes.

INCLUYE UNA FOTO

Los Tweets con imágenes consiguen el doble de interacciones.*

PREGUNTA + RESPUESTA

Plantea una pregunta en tu Tweet, y luego responde con un enlace. Por ejemplo:

- “¿Cuáles son las diez principales razones por las que la gente se compra un coche nuevo? Respuesta: *enlace a una entrada de un blog sobre el tema*”.
- “¿Quién lo llevaba mejor? Conoce la opinión de los expertos en moda: *enlace a una página web o revista de moda*”.
- “¡Mejora tu swing de golf en diez minutos! Entérate cómo: *enlace a consejos y trucos de un golfista profesional*”.

COMPARTE VÍDEOS EN TWITTER

Añade un vídeo a un Tweet automáticamente incluyendo una URL. Los enlaces a YouTube, Vimeo y muchos otros servicios se reproducirán directamente en un Tweet ampliado.

AÑADE UNA CITA

Inspira a tus seguidores con una frase célebre de la historia, la literatura, la cultura pop o tu propio sector. Animarás a tus seguidores a retwittear si eliges una frase que consideren útil o inspiradora para *sus propios* seguidores.

SUGERENCIA

Sigue a personas ajenas tu sector para conseguir ideas de contenido interesantes. Asegúrate de citar a los autores al utilizar su contenido en un Tweet.

* Fuente: Buddy Media, junio de 2012: “Estrategias para una twittea de forma efectiva: un análisis estadístico”



4

Amplifica tu impacto

Haz crecer tu audiencia ampliando tu alcance.

PROMOCIONA TU @NOMBREDEUSUARIO DE TWITTER

UTILIZA A TUS SEGUIDORES PARA CONSEGUIR MÁS

CONECTA CON EMPRESAS AFINES

MIDE Y AUMENTA TU IMPACTO

USOS INNOVADORES DE TWITTER

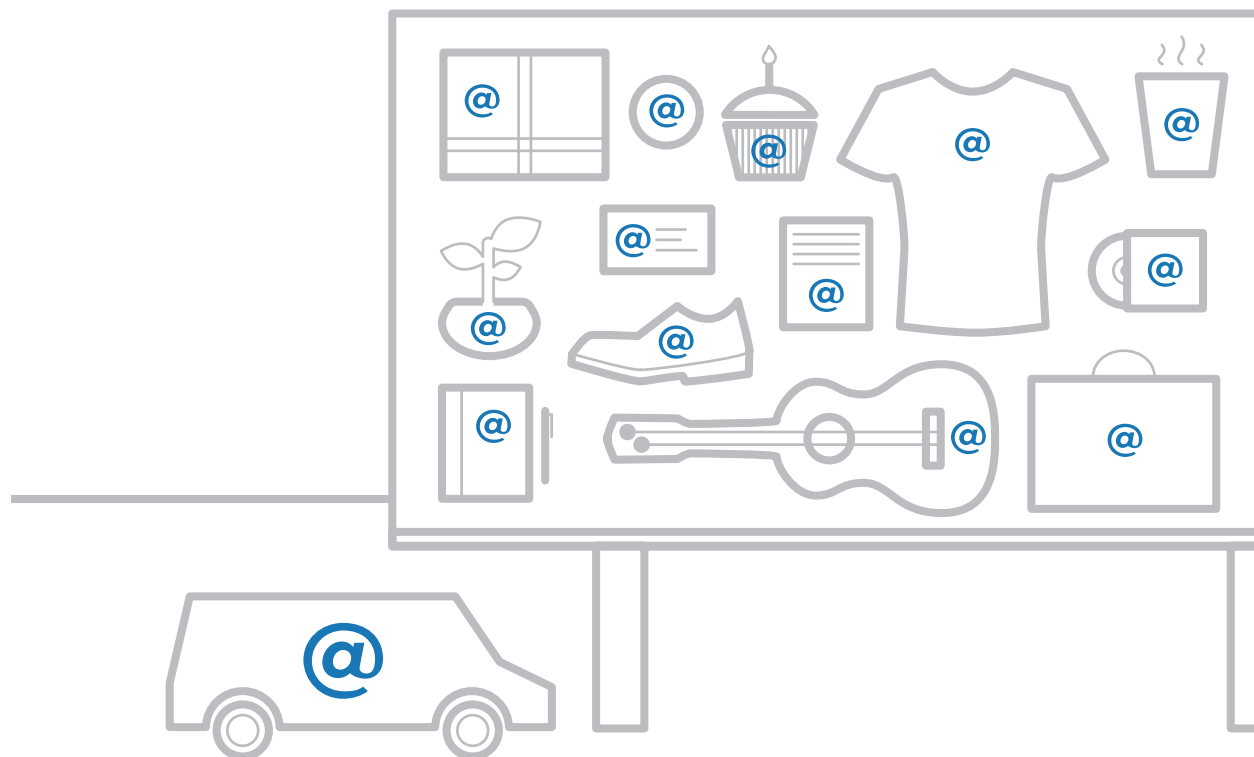
PRUEBA ANUNCIOS DE TWITTER

DIEZ PASOS PARA AUMENTAR LA INTERACCIÓN



Promociona tu @nombredeusuario de Twitter

Aumenta tu número de seguidores conectando las experiencias dentro y fuera de Twitter.



Hay muchas maneras de promocionar tu @nombredeusuario dentro y fuera de Twitter: tarjetas de visita, rótulos, publicidad, vehículos de empresa, embalaje de producto, escaparates, correo electrónico, tu sitio web, etc. En cualquier lugar que tus clientes interactúen con tu marca puedes para animarles a que te sigan en Twitter.

SUGERENCIA

Destaca tu @nombredeusuario en tu sitio web y tu blog. Visita about.twitter.com/es/press/brand-assets para descargar los logotipos de Twitter y ver nuestras normas para el uso de la marca.



Utiliza a tus seguidores para conseguir más

Cuando tus seguidores retwittean tu contenido -o cuando twitteen sobre ti- extienden tu alcance a sus seguidores.

**OFRECE UN
INCENTIVO**



La tienda de zapatos
@zapatomundo

Cuando alcancemos los 2000 seguidores, cada seguidor entrará en un sorteo para ganar unos nuevos zapatos.

Crea Tweets que alienten a tus seguidores a retwittear. Una forma sencilla es anunciar que vas a ofrecer un descuento a todos los que retwitteen tu oferta, pero solo si se obtiene un número total de Retweets (como 10 o 25).

Ofrece a tus clientes una recompensa si mencionan tu empresa: un descuento, prueba gratuita, o servicio extra. Es una buena idea incluir un enlace a los términos y condiciones de tu oferta en el Tweet.

Si tienes una tienda, pide a la gente que te enseñe el Tweet en su teléfono al pagar. Si vendes online, envía un MD al seguidor con un código de descuento que pueda incluir al pagar.

.....

SUGERENCIA Es más probable que alguien retwittee una oferta que le proporcione valor a sus seguidores.

.....



Conecta con empresas afines

Asociarte a las empresas que admiras dice mucho sobre tu marca.

CREA UNA
CONVERSACIÓN



Si sigues a empresas afines a la tuya, y las apoyas públicamente en Twitter, consigues la asociación de las marcas en la mente de tus seguidores, lo que tendrá un reflejo positivo en tu negocio. También es una buena manera de asegurarte de que no te pierdes noticias o novedades que afecten a tu sector. Demuestra tu liderazgo compartiendo tus ideas y el buen contenido de empresas como la tuya con sus seguidores.

Busca el impacto en tu comunidad con programas de fidelización compartidos y concursos entre empresas. Es una forma perfecta de generar el boca a boca entre una clientela más amplia.



Mide y aumenta tu impacto

Prueba y controla los diferentes tipos de Tweets para ver cuáles generan el mayor índice de respuesta para tu empresa.

¿CÓMO SABER SI TIENES ÉXITO?

Una forma de hacer un seguimiento de tu éxito en Twitter es observar la tasa de crecimiento de tu base de seguidores. Esta cifra muestra si está aumentando tu audiencia y tu capacidad de conectarte con más clientes. Pero hay otros indicadores de éxito a considerar:

- Ver si la gente está retwitteando o añadiendo a favoritos tus Tweets.
- Utilizar Google Analytics para ver cuánto tráfico te está llegando de Twitter, que se muestra como t.co (este es el servicio de acortamiento de enlaces de Twitter).
- Crear promociones especiales exclusivas en Twitter para atraer a nuevos clientes, o hacer volver más a menudo a los que ya tienes
- Por último, pregunta a tus clientes: ¿te están siguiendo en Twitter? ¿Les gusta?

Con la medición y el seguimiento de tu impacto en Twitter, desarrollarás formas más efectivas de atraer a tu público, y en última instancia, impulsarás el crecimiento de tu negocio.



Usos innovadores de Twitter

VE MÁS
ALLÁ



The screenshot shows a Twitter thread. At the top, Penny Coughlan (@pennycoughlan) posts a tweet asking if @zapatomundo sells blue sandals by accident, as they are hard to find. Below her tweet are interaction options: 'Detalles', 'Responder', 'Retwittear', 'Favorito', and 'Más'. The response comes from 'La tienda de zapatos' (@zapatomundo), which replies to @pennycoughlan saying 'Sí! Tenemos varios estilos. Consulta nuestro sitio web y si no encuentras algo que te guste dinos.'

Empresas de todo el mundo están empezando a ir más allá y están encontrando formas innovadoras de interactuar con sus seguidores y unir las experiencias dentro y fuera de Twitter. Aquí tienes algunos ejemplos en los que inspirarte:

- Permite a tus seguidores que hagan pedidos de productos y servicios directamente a través de Twitter
- Administra reservas en restaurantes y realiza un seguimiento en tiempo real de los comentarios y quejas del cliente
- Provoca el boca a boca antes de la inauguración de un restaurante o la apertura de una tienda difundiendo tu @nombredeusuario en los rótulos y ventanas durante su construcción
- Invita a los usuarios a 'twitrear un café' para que les esté esperando a su llegada
- Añade @nombresdeusuario a los tickets de caja para animar a los clientes a que empiecen a seguir a tu empresa para conseguir más información o a enviar comentarios sobre sus compras
- Twittea a diario promociones especiales o actualizaciones del menú semanal
- Muestra el Tweet de un cliente en la tienda y premia su creatividad con una bebida



Prueba Anuncios de Twitter

Una vez que estés satisfecho con la forma en que estás usando Twitter para tu empresa debes empezar a pensar en cómo puedes aumentar tu impacto con Anuncios de Twitter.

- **LLEGA A TUS CLIENTES POTENCIALES.**

Pon tus mensajes frente a la gente que aún no te sigue promocionando tus Tweets.

- **CONSIGUE MÁS SEGUIDORES.**

Aumenta rápidamente tu comunidad de seguidores de alto valor e impulsa el boca a boca promocionando tu cuenta.

- **MIDE TUS RESULTADOS EN TIEMPO REAL.**

Realiza el seguimiento del crecimiento de tu base de seguidores y observa cómo la gente interactúa con cada Tweet.

Regístrate en Anuncios de Twitter en ads.twitter.com



Diez pasos para aumentar tus niveles de interacción en Twitter

1. ¿QUIERES MÁS SEGUIDORES? PREGUNTA

Establece un objetivo y pide a tus seguidores que te ayuden retwitteando tu solicitud. Pon tu @nombredeusuario en tu tienda, en tus tarjetas de visita y en tu paquetería para conseguir más seguidores.

2. SIMPLIFICA TU PÁGINA DE PERFIL

Facilita a la gente que encuentre la información básica sobre tu empresa incluyendo una descripción clara, una dirección y un enlace a tu sitio web en tu perfil.

3. ESCUCHA

Utiliza nuestra función de búsqueda o una aplicación gratuita como TweetDeck para controlar lo que los usuarios están diciendo sobre ti y sobre tu sector.

4. RESPONDE, REACCIONA, RETWITTEA

Reaccionar en tiempo real a los comentarios es muy importante. Hacer caso omiso del comentario de un seguidor puede llevar a una reacción peor. Si gestionas bien los comentarios negativos puedes convertir a un cliente descontento en tu mayor fan.

5. TWITTEA REGULARMENTE

Una vez que encuentres el ritmo de Tweets que mejor funciona para tu empresa, mantenlo. Descárgate Twitter en tu dispositivo móvil para que te sea más fácil twitrear sobre la marcha.

6. PRUEBA Y MIDE

Los usuarios siguen a las marcas por diferentes razones. Prueba y controla los diferentes tipos de Tweets para ver cuáles generan el mayor índice de respuesta para tu empresa.

7. SÉ HUMANO

Las empresas que adoptan un enfoque directo, auténtico y amable en Twitter consiguen los mayores niveles de interacción.

8. DALES ALGO MÁS QUE PALABRAS

Los Tweets con fotos, vídeos, citas o enlaces son los más retwitteados. ¿Tienes un tablón de anuncios gracioso? Comparte una foto diaria para entretener a tus seguidores.

9. PROMOCIONES EXCLUSIVAS EN TWITTER

Lanza una promoción para conseguir que tus seguidores twitteen sobre ti. Intenta compartir un código de descuento que se pueda utilizar en la tienda o pon en marcha un concurso para premiar el mejor Tweet del día.

10. SÉ UN LÍDER DE OPINIÓN

Twittea sobre tus ideas, principios y pasiones. Conéctate con empresas y líderes con ideas afines en tu sector y asegúrate de hacer referencia a artículos y compartir enlaces sobre el panorama general que tengan que ver con tu empresa.





Twitter | business.twitter.com/es | [@TwitterAdsEs](https://twitter.com/TwitterAdsEs)