

Capítulo 3

La empresa en Twitter



Contenido

1. Introducción
2. Requisitos para darse de alta. Ventajas de hacerlo
3. Empresas que deben estar en Twitter
4. Pasos a seguir para dar de alta un perfil de empresa en Twitter
5. Personalización del perfil de empresa
6. Consejos y sugerencias para promocionar la empresa en Twitter
7. Resumen

1. Introducción

En este capítulo se podrá conocer más en profundidad Twitter, otra red social que, aunque con menos usuarios que Facebook, también cuenta con un número elevado de ellos (285 millones de usuarios activos en la actualidad, aproximadamente).

Twitter es una aplicación web gratuita de *nanoblogging*, con naturaleza de red social, que permite a los usuarios estar en contacto en tiempo real mediante el envío y recepción de mensajes de menos de 140 caracteres.



Definición

Nanoblogging

También conocido como *microblogging*, es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente de texto.

Esta aplicación es ideal para establecer conversaciones entre la empresa y los seguidores, favoreciendo el trato directo y personal con los clientes y la divulgación de información de interés para ellos de forma clara, directa y concisa.



Sabía que...

Twitter fue creado por Jack Dorsey en marzo del año 2006, en un principio como un proyecto de investigación dentro de la empresa Obvious, LLC, bajo el nombre de Twitter, y su versión definitiva se lanzó en julio de 2006, fecha en la que fue presentado oficialmente como Twitter.

A continuación se procederá a explicar el funcionamiento de esta aplicación, comentando los requisitos que se deben cumplir para darse de alta como empresa y las ventajas de hacerlo, detallando los pasos para crear un perfil de usuario en la aplicación. También se enumerarán las ventajas que ofrece el uso de esta red social.

2. Requisitos para darse de alta. Ventajas de hacerlo

Al contrario que en Facebook, en Twitter no es necesario ningún requisito previo para crear una cuenta de empresa. Bastará con crear una cuenta como si fuese la de un usuario.

Twitter logo | Idioma: Español

Bienvenido a Twitter.

Conéctate con tus amigos y otras personas fascinantes. Obtén actualizaciones instantáneas de las cosas que te interesan. Mira los eventos que se están desarrollando, en tiempo real, desde todos los ángulos.

Paris, at sunset, after a rainstorm
Tweet y foto de @timtrueman
5:02 PM - 28 Apr 2014

Sobre nosotros | Ayuda | Blog | Estado | Empleos | Condiciones | Privacidad | Cookies | Información sobre anuncios | Marca | Anunciar | Empresas | Medios | Desarrolladores | Directorio | © 2015 Twitter

Teléfono, correo o usuario

Contraseña **Iniciar sesión**

Recordar mis datos · [¿Olvidaste tu contraseña?](#)

¿Eres nuevo en Twitter? Regístrate

Mi empresa

miempresaeinternet@gmail.com

.....

Regístrate en Twitter

Creación del perfil de usuario

Este perfil corporativo o de empresa será una potente herramienta en su estrategia de *marketing* digital. Antes de crear el perfil corporativo, es conveniente tener claros los siguientes aspectos:

- **Decidir el estilo de cuenta que se quiere tener.** Algunas empresas usan la cuenta simplemente como forma de hacer llegar noticias a los seguidores/clientes, tales como políticas de empresa, ofertas, promociones o cualquier otro tipo de información que se quiera difundir de forma general; por el contrario, otras empresas prefieren un trato más cercano y directo con los seguidores, contestando preguntas y ofreciendo un trato más personalizado.

La elección del uso que se pretenda hacer de la cuenta dependerá de los objetivos que se tengan, así como del tiempo del que se disponga o se quiera utilizar en su mantenimiento.

- **Disponer de una cuenta de correo electrónico.** Para abrir una cuenta en Twitter, es necesario vincularla a una cuenta de correo electrónico, por lo que habrá que disponer de una cuenta de correo electrónico con la cual dar de alta la cuenta de empresa en esta red social.
- **Pensar en un nombre de usuario y registrar la cuenta en Twitter.** Se recomienda elegir un nombre lo más parecido posible al nombre del negocio o empresa, y que sea fácilmente asociable al mismo. No es recomendable el uso de guiones en el nombre de usuario.
- **Elegir una foto de perfil o *avatar*.** Las dimensiones recomendadas por Twitter para la foto de perfil son de 400 × 400 píxeles. Se recomienda el uso del logo de la empresa o algo que sea fácil de relacionar con ella por parte del resto de usuarios, puesto que se trata de la imagen que representará a la empresa en Twitter.



Definición

Avatar

0 foto de perfil, es la imagen que se asocia a cada perfil de usuario y que lo representa dentro de Twitter.

- **Elegir una foto de encabezado.** Se trata de la foto que aparecerá de fondo en la cuenta. Las dimensiones recomendadas para la foto de encabezado son de 1.500 × 1.500 píxeles.
Es aconsejable usar una foto representativa de la empresa o negocio: por ejemplo, en el caso de un **restaurante**, elegir una foto de un plato representativo; o, en una **tienda**, una foto de las instalaciones o algún producto.
- **Tener preparada una breve biografía o descripción de la empresa.** Se recomienda redactar una descripción con la que rellenar el apartado de biografía en la cuenta. Como máximo, ha de tener 160 caracteres.

Ventajas del uso de Twitter para empresas

El uso de Twitter en *marketing* aporta una serie de ventajas que hacen de él una potente herramienta de cara a la promoción del negocio o empresa. Algunas ventajas por las que se debe usar Twitter para empresas son:

- **Es ideal para empresas que no cuentan con mucho tiempo** para estar conectadas.
- **Crear una red de seguidores** a los que mantener informados en todo momento, tanto de clientes ya consolidados como de clientes potenciales.
- **Promocionar productos de la empresa**, o bien el negocio en general. Por ejemplo, un restaurante podría lanzar un tuit sobre una oferta para un día concreto.
- **Lanzar promociones.** Posibilidad de captar nuevos clientes y fidelizar a los que ya se tienen mediante promociones que se lancen únicamente para usuarios de Twitter. Por ejemplo, usar un código descuento que se pueda imprimir y al que solo tengan acceso los seguidores de la cuenta de Twitter.
- **Mantener contacto con los clientes**, obteniendo retroalimentación. Se puede usar para responder preguntas o dudas acerca de productos de la empresa, incluso plantearlas para ver qué opinan los seguidores sobre un tema concreto.
- **Obtener ideas por parte de los clientes**, y también de observar a la competencia.
- **Generar tráfico en la página web de la empresa.** Se pueden incluir enlaces a productos o contenido de la página web de empresa; además, se recomienda introducir la dirección web en el perfil de empresa.

- **Interacción con el resto de las redes sociales**, tales como Facebook o Instagram. Se puede compartir contenido con estas redes sociales, incluso tuitear algún enlace a un contenido de otra red social.



Actividades

1. Enumere los requisitos para darse de alta en Twitter.
 2. Redacte una breve biografía o descripción de la empresa para rellenar el apartado de biografía en la cuenta de Twitter.
 3. Nombre las ventajas que le parezcan más importantes a la hora de usar Twitter para su empresa.
 4. Comparta algún enlace en Twitter que haya publicado en su página de empresa de Facebook.
 5. Busque y visite tres perfiles de empresas relacionadas con su actividad en Twitter, y observe qué tipo de tuits publican.
-

3. Empresas que deben estar en Twitter

Twitter es una red social menos visual que Facebook, por lo que el contenido visual no adquiere tanta importancia como en otras redes sociales.



Definición

Tweet (o tuit)

Es la forma de comunicarse en Twitter. Su longitud no puede ser mayor de 140 caracteres, y pueden ser leídos por los seguidores del usuario que los emite, puesto en la mayoría de los casos son públicos.

Se trata de la red social ideal para mantener un contacto directo, cercano y, sobre todo, inmediato, con los seguidores de la cuenta y el resto de usuarios. Además, respecto a otras redes sociales, se comparte mucho más contenido a través de los retuits.



Definición

Retweet (o retuit)

Es la acción de volver a publicar lo tuiteado por otro usuario, de forma que se le da más visibilidad a lo publicado por este, puesto que se comparte con los seguidores del usuario que retuitea.

Es la mejor forma de hacer llegar un contenido al mayor número de usuarios posible, lo cual resulta ideal para una empresa o negocio.

Por otra parte, se trata de una red social que tiene un público mayoritariamente más joven que Facebook, la cual abarca todo rango de edades. Esto permite usar un lenguaje más coloquial y desenfadado que en otras redes sociales.

Todo esto hace que se trate de una red social ideal para aquellas empresas que quieran mantener una relación directa con el cliente, estableciendo conversaciones con ellos, contestando preguntas o sondeando sus opiniones. Y hay que recordar que es una red que no requiere dedicarle mucho tiempo, y en la que la inmensa mayoría de empresas dispone de perfil, por lo que se recomienda tener presencia.



Consejo

Se recomienda el uso de esta red social a aquellas empresas que tengan contenido interesante que tuitear, alternando los tuits que promocionen productos con otros que sean atractivos para el usuario. Se podría comenzar publicando cuatro o cinco tuits al día, de los cuales se aconseja que solo uno sea de promoción.

No hay que olvidar que Twitter es una red en la que los usuarios no entran a seguir una marca o producto, sino que lo que se busca es establecer relación entre los participantes. Por lo tanto, el objetivo ha de ser buscar un mayor número de usuarios mediante la publicación de contenido de interés, e intercalar algún tuit promocional. Esa será la mejor forma de promoción posible.

Por ejemplo, es ideal para negocios como **peluquerías, centros de estética, empresas dedicadas a la restauración**, o cualquier tipo de **empresa relacionada con el ocio**, tales como **bares de copas, discotecas**, etc.; empresas cuyo público potencial pueda ser mayoritariamente joven. Todas estas empresas podrán informar de promociones, resolver dudas e incluso ofrecer descuentos a los seguidores de la cuenta.

Asimismo, para empresas como **comercios de ropa, complementos, alimentación, inmobiliarias**, etc., es recomendable tener presencia en esta red social, para informar acerca de sus productos o, simplemente, publicar contenido relacionado con los mismos, de modo que sirva como medio publicitario para llegar a un mayor número de personas.

Por otra parte, empresas como las **clínicas dentales** o los **centros de enseñanza** pueden usar esta red social esencialmente para darse a conocer, mediante la publicación de contenido interesante relacionado con el sector, alternando con algún tuit que hable de la propia empresa, incluso informando de alguna promoción o servicio.

Otro tipo de empresas, tales como **asesorías, gestorías, ingenierías** o **empresas relacionadas con la construcción**, pueden abrir una cuenta de empresa

en la cual simplemente publicar contenido relacionado con sus sectores, y que les sirva para publicitarse de cara a los usuarios de esta red social. No es necesario, pero puede ser una buena forma de ganar reputación sin ningún coste y poco esfuerzo.



Aplicación práctica

Se le encarga gestionar la cuenta de Twitter de una empresa que se dedica a vender ropa a través de internet. ¿Qué contenidos publicaría principalmente en sus tuits?

SOLUCIÓN

Sería una buena opción ir alternando tuits relacionados con los productos que se venden, informar de novedades, etc., con otro tipo de tuits que, por ejemplo, informasen de otros temas relacionados con el tipo de ropa que se vende.

Se podrían realizar promociones a través del perfil de empresa de Twitter, incluir en los tuits enlaces en la página web y, de esta forma, promocionar la tienda de ropa.

4. Pasos a seguir para dar de alta un perfil de empresa en Twitter

En este apartado, se explicarán paso a paso las pautas a seguir para la creación de un perfil corporativo en Twitter.

4.1. Creación del perfil corporativo

Se introduce en la barra de direcciones del navegador la siguiente dirección: *www.twitter.com*

Aparecerá en pantalla la página de inicio, tal y como se muestra en la figura.

Twitter Idioma: Español

Bienvenido a Twitter.

Conéctate con tus amigos y otras personas fascinantes. Obtén actualizaciones instantáneas de las cosas que te interesan. Mira los eventos que se están desarrollando, en tiempo real, desde todos los ángulos.

Paris, al sunset, after a rainstorm
 Tweet y foto de @timfrueman
 5:02 PM · 23 Apr 2014

Teléfono, correo o usuario

Contraseña

Recordar mis datos - ¿Olvidaste tu contraseña?

¿Eres nuevo en Twitter? Regístrate

Mi empresa

miempresaeintemet@gmail.com

[Sobre nosotros](#) [Ayuda](#) [Blog](#) [Estado](#) [Empleos](#) [Condiciones](#) [Privacidad](#) [Cookies](#) [Información sobre anuncios](#) [Marca](#) [Anunciarse](#) [Empresa](#) [Medios](#) [Desarrolladores](#) [Directorio](#) © 2015 Twitter

Creación del perfil de usuario

Como se puede observar en la figura, se requiere una serie de datos personales:

- **Nombre completo:** en este caso, se puede poner el nombre de la empresa o negocio. En el ejemplo, *Mi Empresa*.
- **Dirección de correo electrónico:** dirección de correo electrónico con la que se quiere dar de alta la cuenta corporativa. No se puede usar una dirección que esté asociada a otro perfil.
- **Contraseña:** la elegida para el perfil en Twitter.

Se cumplimentan los campos requeridos y se hace clic sobre el botón *Regístrate en Twitter*.

Se pasa al siguiente paso en el proceso de creación de la cuenta del perfil de usuario o cuenta corporativa.



¿Tienes cuenta? Iniciar sesión ▾

Únete hoy a Twitter.

Nombre completo
Mi empresa ✓ El nombre se ve genial.

Dirección de correo electrónico
miempresaeintemet@gmail.com ✓ Te enviaremos una confirmación por correo electrónico.

Crea una contraseña
•••••••• ✓ La contraseña está bien.

Elige tu nombre de usuario
EmpresalMi ✓ El nombre de usuario está disponible. Puedes cambiarlo después.

Recomendaciones: [EmpresalMi](#) [empresa_mi](#)
[miempresaeinte1](#) [miempresaeinte2](#) [miempresaeinte3](#)

Regístrate

Al registrarte, aceptas las [Condiciones de Servicio](#) y la [Política de Privacidad](#), incluyendo el [Uso de Cookies](#). Otros podrán encontrarte por correo electrónico o por número de teléfono cuando sea proporcionado.

Elección del nombre de usuario

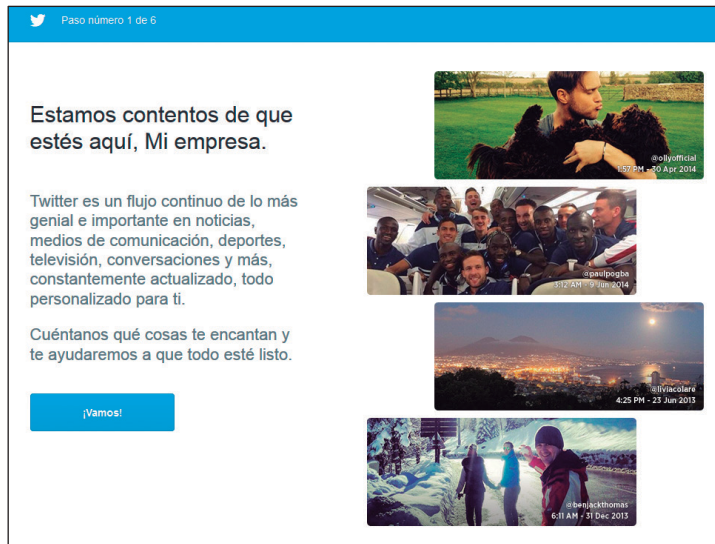
En este apartado, se requiere la elección de un nombre de usuario para la cuenta. Este paso es muy importante, puesto que será la forma de presentación de la cuenta para el resto de usuarios de la aplicación. Se aconseja elegir un nombre de usuario con las siguientes características:

- Que sea lo más sencillo posible.
- Que se asemeje al nombre de la empresa o negocio.
- No incluir números ni guiones en el nombre de usuario.

De esta forma, la búsqueda por parte del resto de usuarios a través de Twitter o Google resultará más efectiva, y los remitirá a la cuenta de empresa. Asimismo, será más fácil de recordar para el resto de usuarios de Twitter.

Como se puede observar en la parte inferior de la figura anterior, se recomienda una serie de nombres de usuario que se pueden utilizar. Se elige el nombre de usuario que se quiera, bien de entre las recomendaciones u otro que se escoja y esté disponible, y se hace clic en el botón *Regístrate*.

En el caso del ejemplo de la figura, se ha elegido el nombre de usuario *EmpresaMi*.



Creación de la cuenta. Paso 1

Se muestra en pantalla una página de presentación de Twitter, que es el primer paso para la creación del perfil de usuario. Se hace clic sobre el botón azul *¡Vamos!*, lo que lleva al usuario al siguiente paso.



Paso número 2 de 6

¿En qué estás interesado?

Elige una o más de las opciones de abajo y te recomendaremos algunas cosas buenas para ti.

- Cuentas populares
- Noticias y Actualidad
- Deportes
- TV y Cine
- Política y Gobierno
- Música
- Cultura y Literatura
- Entretenimiento
- Ciencia y Tecnología
- Oficiales Twitter

Creación de la cuenta. Paso 2

En este apartado, se solicita la elección del tipo de cuenta en la cual se está interesado.



Consejo

En el caso de la cuenta corporativa, se recomienda la elección de un tema que esté relacionado con la actividad de la empresa. En cualquier caso, la selección de una categoría en este apartado no es significativa, puesto que solo sirve para las sugerencias de las *cuentas a seguir* en el siguiente apartado.

Se pulsa sobre el botón *Continuar*. Aparecerán las cuentas referentes al tema elegido en el paso anterior, y que Twitter sugiere que se sigan. Se aconseja *deseleccionar* todas las cuentas que no sean de interés para la empresa. Para ello, se hará clic sobre la cruz que aparece a la derecha de cada una de ellas.

Paso número 3 de 6

Recomendaciones solo para ti.

Según tus elecciones, aquí hay algunas recomendaciones para ti. ¡Te recomendamos [seguirlos](#) a todos!

[Sigue a 40 y continúa](#)

Recomendaciones para ti

- 
Diario SUR @DiarioSUR
 SUR, #noticias de #últimahora de #Málaga, España y el mundo. Nuestros periodistas en twitter.com/DiarioSUR/list...
- 
Málaga CF @MalagaCF
 Síguenos para estar informado de toda la actualidad y la información del Málaga CF en español. Atención al seguidor en horario de L-V, de 10 a 14 y 16 a 18:30h.
- 
Dani Rovira @DANIROVIRA
 Descosealpargatas, mirameynometoques, dondevascomantondemanila...y autónomo info@promotora600.com Información Oficial en @DaniRoviraInfo
- 
Málaga Hoy @malagahoy_es
 malagahoy.es - La redacción de Málaga Hoy te cuenta la última hora. Director. @amendezn
- 
La Opinión de Málaga @opiniondemalaga
 Cuenta oficial del diario La Opinión de Málaga (grupo EPI). laopiniondemalaga.es.
 Tel: 952 126 200 | redaccion@opinionmalaga.com
- 
Dani García @danigarcia_ca
 Cocinero desde los 17, Dani García Restaurante 2* Michelin y @BiboDG Marbella II

Creación de la cuenta. Paso 3

Si se *deseleccionan* todas las cuentas, la pantalla muestra el mensaje que figura a continuación. Se hace clic sobre el botón *Continuar*:

Paso número 3 de 6

Recomendaciones solo para ti.

Según tus elecciones, aquí hay algunas recomendaciones para ti. ¡Te recomendamos [seguirlos](#) a todos!

[Continuar](#)

Recomendaciones para ti

Creación de la cuenta. Paso 3



Recuerde

Si pulsa el botón *Sigue a 40 y continúa*, será seguidor de las cuentas que aparezcan en este apartado. Aunque, posteriormente, se pueden dejar de seguir dichas cuentas.

A continuación, se solicita la introducción de una foto para el perfil de usuario. Se ofrece la posibilidad de tomar una foto o bien de subir foto desde la *PC*. Si no se tiene clara la foto que se va a usar en el perfil de usuario, se puede omitir este paso, para añadirla posteriormente.



Creación de la cuenta. Paso 4

Se recomienda el uso de una foto de perfil (también llamada *avatar*) que sea clara, que se asocie fácilmente a la empresa o que esté relacionada con ella. Si se tiene logo de empresa, es recomendable usarlo como *avatar*.

Una vez se ha seleccionado la foto de empresa, se hará clic sobre el botón *Continuar*. Si, por el contrario, se ha optado por elegir la foto posteriormente, se pulsará sobre el enlace *Omitir este paso por ahora*.

En el penúltimo paso de la configuración de la cuenta, se ofrece la posibilidad de la importación de los contactos que se tengan en el correo electrónico. Esto puede ser una buena herramienta si se tiene una base de datos previa con los emails de los diferentes clientes, de forma que, si dichos clientes tienen cuenta de Twitter, se importarán como contactos.

Paso número 5 de 6

Encuentra a personas que conoces.

Encuentra personas que conoces para que puedas ver lo que están compartiendo. No te preocupes, no enviaremos correos electrónicos a tus contactos sin tu permiso.

Sube tus contactos de Gmail

usa un servicio de correo electrónico distinto



Al elegir un servicio se abrirá una ventana para que inicies sesión de forma segura e importes tus contactos a Twitter. Solo encontrarás usuarios que hayan permitido que sus cuentas sean encontradas por dirección de correo electrónico. No le enviaremos correos electrónicos a nadie sin tu consentimiento, pero podríamos usar la información de contacto para hacer recomendaciones de A quién seguir. Puedes eliminar tus contactos de Twitter en cualquier momento.

[Omitir este paso](#)

Creación de la cuenta. Paso 5

Para concluir el proceso de creación de la cuenta, bastará con hacer clic sobre el botón *Confirmar ahora* en el correo electrónico que se recibirá en la cuenta con la que se ha dado de alta el perfil de usuario.



Creación de la cuenta. Paso 6

De esta forma, quedará confirmada la cuenta y aparecerá un mensaje en la parte superior del perfil, tal y como puede apreciarse en la siguiente figura:



Confirmación de la cuenta



Actividades

6. ¿Qué características se aconseja que tenga el nombre de usuario de Twitter?
 7. ¿Qué temas elegiría a la hora de crear su página en Twitter, teniendo en cuenta la actividad de su empresa?
-

5. Personalización del perfil de empresa

Ya se ha explicado todo el proceso para dar de alta una cuenta de empresa en Twitter. A continuación, se personalizará el perfil de empresa y se realizará un recorrido por los diferentes apartados de la cuenta, explicando para qué sirve cada uno de ellos.

En primer lugar, se accederá a la cuenta de usuario; para ello, habrá que introducir en la barra de direcciones del navegador la siguiente dirección: www.twitter.com.

Tal y como puede apreciarse en la figura, existe la opción de acceder a la cuenta o bien de registrarse. En este caso, como ya se dispone de un perfil de usuario, se accede a la cuenta.



Consejo

Para acceder al perfil de usuario, se pueden introducir la cuenta de correo electrónico con la que se dio de alta el perfil, el nombre de usuario o el teléfono móvil al que se haya asociado la cuenta.



Página de acceso a la cuenta

Se hace clic sobre el botón *Iniciar sesión* y ya se accede a la cuenta.

5.1. Apartados del perfil de empresa

La página de inicio de Twitter se divide en varios apartados:



Página de inicio

En la parte superior izquierda se muestran 4 apartados:

Inicio

Como puede observarse en la figura anterior, la página de inicio está compuesta por varios apartados:

- *Breve resumen del perfil.* Aparecerá en la parte superior izquierda de la página. En él se podrán ver el nombre de usuario, el nombre con el que se quiere que vean el resto de usuarios la cuenta y el número de tuits emitidos.
- *Tendencias.* Justo debajo del apartado anterior, aparecerá un listado con los *trending topic*, temas que son tendencia justo en ese momento en Twitter.



Definición

Trending topic

Se denominan así los temas más tratados en Twitter en el momento. De esta forma, se puede saber cuáles son los temas que más se están mencionando en cada instante.

- *Sugerencias* de Twitter para seguir sus cuentas. Se sitúa en la parte superior central de la página de inicio. Aparecen varias cuentas que el propio Twitter aconseja que siga el usuario, asociadas a los temas que se hayan elegido de interés en el proceso de creación de la cuenta.
- *Cronología o Timeline.* Justo debajo de las sugerencias, aparecerá el *timeline*, sucesión de tuits de aquellos usuarios de los que la cuenta de empresa es seguidora.



Definición

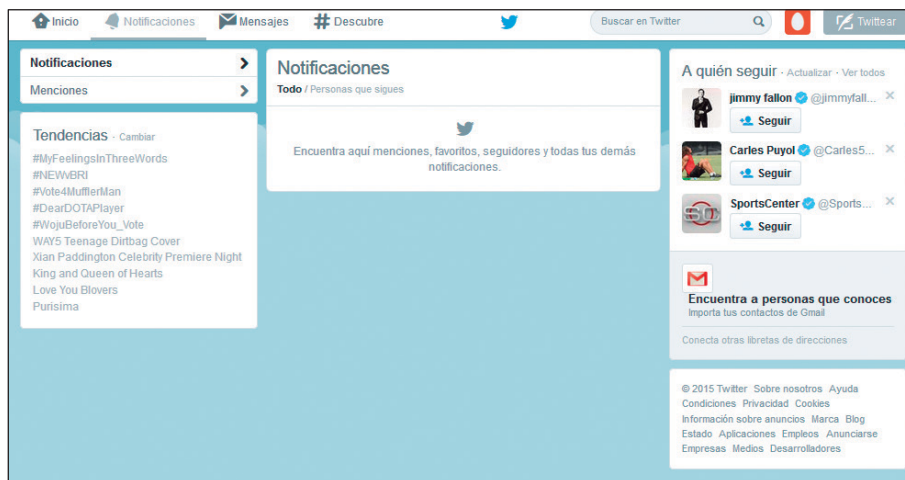
Timeline

Es la línea de tiempo que aparece en la página de inicio de Twitter, y en la que aparecerán los tuits de los usuarios a los que se esté siguiendo.

Notificaciones

Si se hace clic sobre el enlace *Notificaciones*, en la pantalla se abrirá una página en la cual se encontrarán todas las notificaciones, entre las que se encuentran: menciones, favoritos, seguidores, etcétera.

También se puede consultar el apartado *Menciones*.



Notificaciones



Definición

Hacer mención

Consiste en poner el símbolo @ seguido del nombre de usuario. La mención queda registrada y, de esta forma, el usuario puede saber en todo momento cuándo se está hablando de él.

Mensajes

Cuando se hace clic sobre este enlace, se abre una ventana emergente en la que se muestran los mensajes directos recibidos. Permite también la opción de enviar un mensaje directo a cualquier persona que sea seguidora de la cuenta.



Mensajes



Definición

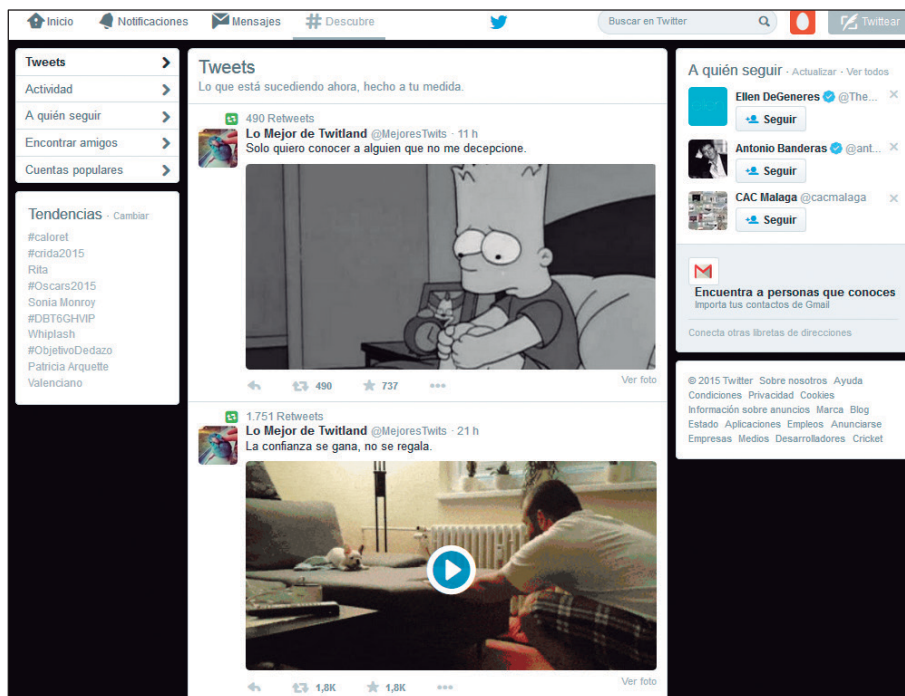
Un mensaje directo (DM)

Es un mensaje a otro usuario en Twitter que solo puede ser visto por este. Se envía escribiendo la letra D seguida del nombre de usuario. Para poder enviarlo, ambos usuarios deben estar siguiéndose mutuamente.

Los mensajes directos son privados, contienen como máximo 140 caracteres (como cualquier tuit) y se pueden enviar a cualquier seguidor de la cuenta.

Descubre

Al hacer clic en este apartado, se abre una página como la que se muestra en la figura siguiente:



Descubre. Tuits

Como se puede observar, esta página consta de cinco subapartados:

- *Tweets*: son los tuits más significativos, de acuerdo con las preferencias del usuario.
- *Actividad*: es un resumen de las cuentas a las que se sigue, en el que se destacan los tuits favoritos, etc.
- *A quién seguir*: recomendaciones por parte de Twitter de usuarios a los que seguir que estén relacionados con los intereses de la cuenta.



Definición

Followers

También llamados “seguidores”, son los usuarios que siguen los tuits de otro usuario, a los que les aparecerán en su timeline todos los tuits de esa persona o empresa. El objetivo de una empresa debe ser tener el mayor número de seguidores posible.



Definición

Following (siguiendo)

Se refiere a la acción de seguir a otro usuario, del cual interesen sus tuits o contenidos.

Es importante destacar que no es necesario que coincidan los *followers* y los *following*; es decir: para seguir a un usuario, no tiene por qué ser nuestro seguidor.

Desde el punto de vista de una empresa, lo importante será el número de usuarios que sigan la cuenta, y no el número de usuarios del que sea seguidor la empresa, aunque también se aconseja ser *follower* de otras cuentas.

- *Encontrar amigos*: permite buscar amigos entre los contactos de diferentes cuentas de correo electrónico a las que se quiera vincular el perfil de empresa para importarlos como contactos de Twitter.

Cabe destacar que no se enviará ningún tipo de correo electrónico a dichos contactos sin el consentimiento del administrador del perfil de empresa.

- *Cuentas populares*: listado de las cuentas más populares en Twitter, divididas por temas, que pueden resultar de interés.

5.2. Perfil y configuración

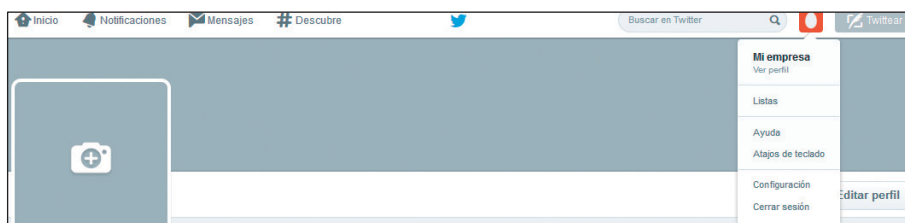
En la parte superior derecha de la página de inicio aparecen tres apartados:

Buscar en Twitter

Permite realizar una búsqueda en Twitter, bien sea por tema o por nombre de usuario.

Perfil y configuración

Este apartado aparece bajo la apariencia del avatar de la cuenta.



Perfil y configuración

Si se hace clic sobre él, se abrirá un desplegable con las siguientes opciones:

Ver Perfil

Haciendo clic en el enlace, se abre la siguiente página:



Página de perfil

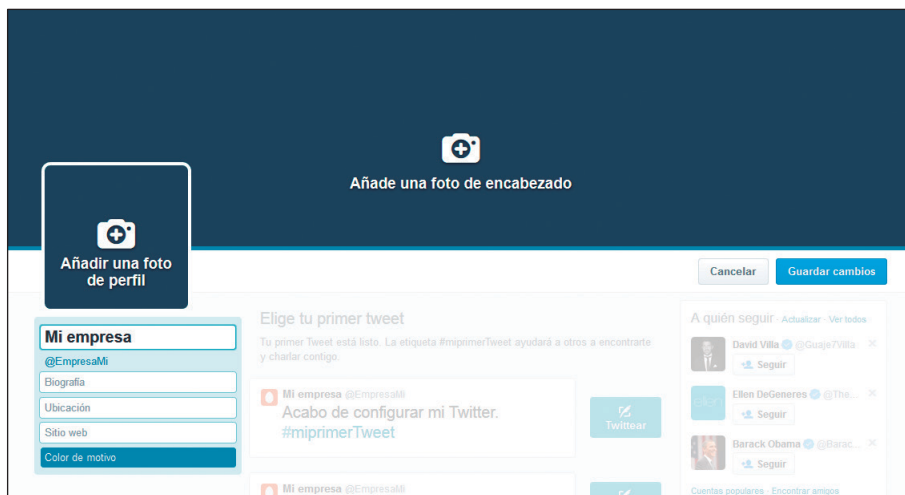
En la página se puede observar el historial de los tuits emitidos. En el ejemplo de la imagen, se hacen un par de sugerencias para emitir el primer tuit.



Consejo

Al abrir una cuenta de empresa, no se aconseja emitir un primer tuit del tipo que sugiere Twitter, sino uno más significativo y que presente a la empresa ante el resto de los usuarios.

En la parte derecha de la página, aparece el botón *Editar perfil*; si se pulsa, llevará al usuario a otra página, en la cual podrá editar la información asociada al perfil de usuario.



Edición de perfil

En este apartado, se puede editar la siguiente información del perfil:

- **Nombre:** se puede modificar el nombre con el que aparecerá la cuenta ante el resto de usuarios, pero no el nombre de usuario.
- **Biografía:** breve descripción que será la presentación del perfil ante los otros usuarios. Es importante transmitir en estas palabras la imagen que se quiera dar de la empresa en la red social.



Nota

Twitter tiene algunas restricciones en cuanto a tamaño que van más allá de los 140 caracteres por cada tuit. La biografía, como máximo, ha de tener 160 caracteres, y el nombre de usuario, 15.

- *Ubicación*: es muy importante definir la ubicación de la empresa. Se recomienda hacerlo por ciudad o zona, para que así el resto de usuarios que se encuentren en una zona cercana puedan ser seguidores de la cuenta.
- *Sitio web*: dirección del sitio web de la empresa, si es que se tiene. Es muy importante señalar la dirección web, ya que esto permite redireccionar a parte de los usuarios de Twitter a la página de empresa.
- *Color de motivo*: se elige el color de la cuenta, de modo que sus diferentes motivos aparezcan del color seleccionado.
- *Añadir o cambiar foto de perfil*: permite añadir o cambiar el *avatar*.
- *Añadir o cambiar foto de encabezado*: permite añadir o cambiar la foto que aparece en la parte superior de la cuenta.

Una vez que se han editado los cambios pertinentes en el perfil, para guardarlos, se hace clic sobre el botón *Guardar cambios*.

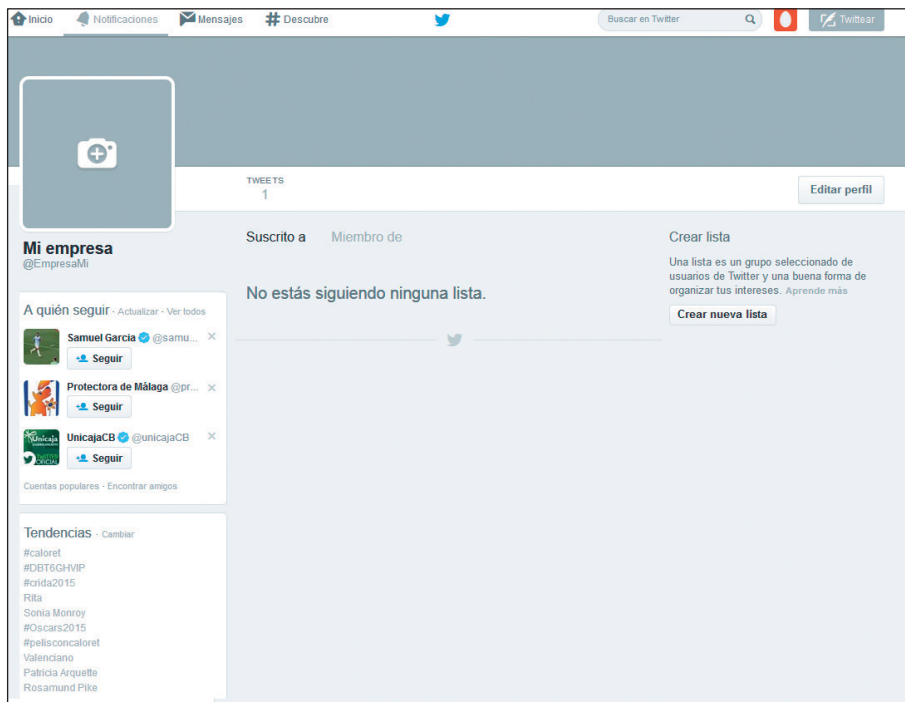
Listas

En este apartado aparecen las listas a las cuales el usuario está suscrito, o de las que forma parte. Las listas en Twitter permiten agrupar diferentes grupos de usuarios, creando una lista. Es la forma ideal de separar distintos tipos de usuarios que interesen a la cuenta. No es necesario seguir a un usuario para que este pertenezca a una lista.



Consejo

Se recomienda crear diferentes listas en la cuenta de empresa, de forma que una pueda ser de clientes, otra de clientes potenciales, otra de proveedores, etc. Así, se tendrán agrupados los seguidores de la cuenta según sus intereses.



Listas



Actividades

8. Visite el perfil de varias empresas y fíjese en los primeros tuits que publicaron.
9. Escriba y comparta el primer tuit en su página de Twitter.
10. ¿Cuántos caracteres puede tener cada tuit? ¿Y la biografía de la página? ¿Y el nombre de usuario?
11. Añada y cambie la foto del encabezado del perfil en Twitter.
12. Visite varios perfiles de empresa de Twitter y analice sus avatares. Elija un avatar para su perfil de empresa.

Ayuda

El centro de ayuda de Twitter es una guía completa que facilitará al usuario un mejor conocimiento de la red social, y a la que debe acudir cuando le surja alguna duda. Está dividido por temas, y también cuenta con un buscador que permite encontrar el tema en cuestión.



Centro de ayuda de Twitter

Atajos de teclado

Se muestra una serie de comandos de teclado que permiten una mayor facilidad y rapidez para desarrollar las tareas básicas propias de esta red social.

En la siguiente figura, pueden apreciarse los diferentes atajos de teclado que permite Twitter.



Atajos de teclado



Aplicación práctica

Imagine que no dispone de ratón y tiene que escribir un tuit desde su perfil de empresa. ¿Cómo lo haría? ¿Y si tuviera que marcar como favorito ese tuit?

SOLUCIÓN

En primer lugar, tendría que introducir en la barra de direcciones de su navegador *www.twitter.com*. Una vez en la página, debería introducir bien la dirección de correo electrónico con la que se dio de alta la cuenta, el nombre de usuario o el número de teléfono al que se haya vinculado la cuenta. Nos desplazamos con la tecla [tabulador] al siguiente apartado donde pide la contraseña, la introducimos y le damos al [Enter].

Una vez dentro de la cuenta, pulsamos la tecla [n] y se abre una ventana emergente en la que se puede empezar a escribir el tuit. Una vez se haya escrito el tuit, para publicarlo, se pulsan a la vez las teclas [Control][Enter].

Para marcar como favorito el tuit, bastaría con pulsar la tecla [f] para ver cómo el tuit publicado pasa a formar parte de los favoritos.

Configuración

En este apartado, se pueden configurar todos los aspectos referentes al perfil de usuario. Se divide en los siguientes puntos:

- **Cuenta:** permite editar la configuración básica de la cuenta y del idioma.

The screenshot shows the Twitter account configuration interface. On the left is a navigation menu with options like 'Cuenta', 'Seguridad y privacidad', 'Contraseña', etc. The main content area is titled 'Cuenta' and includes sections for 'Nombre de usuario', 'Correo electrónico', 'Idioma', 'Zona horaria', 'Contenido', and 'Traducción del Tweet'. The 'Nombre de usuario' field is 'EmpresaMi'. The 'Correo electrónico' field is 'miempresaeinternet@gmail.com'. The 'Idioma' is set to 'Español'. The 'Zona horaria' is '(GMT+01:00) Belgrade'. The 'Contenido' section has 'País' set to 'España'. The 'Traducción del Tweet' section has 'Mostrar traducciones del Tweet' checked. A 'Guardar cambios' button is at the bottom.

Cuenta
Cambia tus configuraciones básicas de cuenta e idioma.

Nombre de usuario
https://twitter.com/EmpresaMi

Correo electrónico
El correo electrónico no será mostrado públicamente. Conocé más.

Idioma ▼
¿Te interesaría ayudar a traducir Twitter? Echa un vistazo al Centro de Traducción.

Zona horaria ▼

Contenido

País ▼
Selecciona tu país. Esta configuración se guardará en este navegador.

Twitter multimedia No informarme antes de mostrar contenido multimedia que puede ser sensible.
Verás todas las fotos o los videos, incluso si tienen contenido multimedia sensible.

Marcar el contenido multimedia que tuiteo como material que puede ser sensible.
Por favor, marca esta casilla si tus Tweets tienen contenido multimedia sensible para que los usuarios puedan estar informados antes de verlos.

Traducción del Tweet **Mostrar traducciones del Tweet**
Marcar esto te permitirá traducir los Tweets que no estén en tu idioma.

Tu archivo de Twitter
Puedes solicitar un archivo que contenga tu información, comenzando con tu primer Tweet. Se te enviará un enlace por correo electrónico cuando el archivo esté listo para ser descargado.

Desactivar mi cuenta

Configuración. Cuenta

- **Seguridad y privacidad:** se definen los aspectos referentes al acceso a la cuenta y a su seguridad.

The screenshot shows the 'Seguridad y privacidad' settings page for a business account. On the left is a navigation menu with options like 'Cuenta', 'Seguridad y privacidad', 'Contraseña', 'Tarjetas y envíos', 'Historial de pedidos', 'Móvil', 'Notificaciones por correo', 'Notificaciones web', 'Cuentas silenciadas', 'Cuentas bloqueadas', 'Diseño', 'Aplicaciones', and 'Widgets'. The main content area is titled 'Seguridad y privacidad' and includes a sub-header 'Cambia tus configuraciones de seguridad y privacidad.' The settings are organized into sections: 'Seguridad' (with options for login verification and password recovery), 'Privacidad' (with options for photo tagging, tweet protection, location, and visibility), 'Personalización' (with an option for personalized content), and 'Twitter for teams' (with options for team invitations). A 'Guardar cambios' button is at the bottom.

Seguridad y privacidad

Cambia tus configuraciones de seguridad y privacidad.

Seguridad

Verificación de inicio de sesión

- No pedir verificación de inicio de sesión.
- Enviar peticiones de verificación de inicio de sesión a mi teléfono

Neecesitas añadir un teléfono a tu cuenta de Twitter para activar esta característica en la web.

- Enviar peticiones de verificación de inicio de sesión a la aplicación de Twitter

Agrueba peticiones con un solo toque al inscribirte en la verificación de Inicio de sesión de la aplicación de Twitter para iPhone o Android. Aprende más

Restablecimiento de la contraseña

- Requerir información personal para recuperar mi contraseña

Cuando marques esta casilla, tendrás que verificar información adicional antes de que puedas solicitar un restablecimiento de contraseña solo con tu @nombredeusuario. Si tienes un número de teléfono en tu cuenta, se le pedirá que verifiques ese número de teléfono antes de que puedas solicitar un restablecimiento de contraseña solo con tu dirección de correo electrónico.

Privacidad

Etiquetado de fotos

- Permitir que cualquiera me etiquete en fotos
- Solo permitir que me etiqueten en fotos las personas que sigo.
- No permitir que se me etiquete en fotos.

Privacidad de los Tweets

- Proteger mis Tweets

Si eliges esta opción, solo los usuarios que apruebes podrán ver tus Tweets. Los Tweets que escribas en el futuro no estarán disponibles públicamente. Los Tweets escritos anteriormente podrán estar aún visibles públicamente en algunos sitios. Más información.

Ubicación del Tweet

- Añadir una ubicación a mis Tweets

Cuando publicas un Tweet con una ubicación, Twitter almacena esa ubicación. Puedes activar o desactivar esta opción en cada Tweet. Aprende más

Borrar toda la información de ubicación

Se borrará toda la información de ubicación de Tweets pasados. Esto puede tomar hasta 30 minutos.

Visibilidad

- Permitir que otros me encuentren por correo electrónico

Personalización

La opción para personalizar Twitter basándose en vistas recientes a sitios web no está disponible para ti.

Contenido promocionado

- Anuncios personalizados basados en información compartida por socios de publicidad.

Esto te permite a Twitter mostrar anuncios sobre temas en los que hayas mostrado interés. Conoce más sobre cómo funciona esto y sobre tus controles de privacidad adicionales.

Twitter for teams

- Allow anyone to add me to their team
- Only allow people I follow to add me to their team
- Do not allow anyone to add me to their team

Organizations can invite anyone to Tweet from their account using the teams feature in TweetDeck. Learn more.

Guardar cambios

Configuración. Seguridad y privacidad

En este apartado, también se configuran los aspectos relacionados con la privacidad de la cuenta. En el caso de una cuenta de empresa, se recomienda configurarla de modo que todo el contenido sea visible por parte de cualquier usuario, puesto que eso permitirá una mayor visibilidad.

- **Contraseña:** permite cambiar la contraseña o recuperarla. Asimismo, permite asociar la cuenta a un número de teléfono, para una mayor seguridad.



The screenshot shows the 'Contraseña' (Password) settings page. At the top, it says 'Cambia o recupera tu contraseña actual.' Below this is a yellow banner with the text 'Asocia tu teléfono móvil con tu cuenta de Twitter para mayor seguridad. Aprende más.' The main form contains three input fields: 'Contraseña actual', 'Nueva contraseña', and 'Confirmar contraseña'. A link '¿Olvidaste tu contraseña?' is positioned below the first field. At the bottom of the form is a blue button labeled 'Guardar cambios'.

Configuración. Contraseña

- **Tarjetas y envíos:** administra las tarjetas de crédito que se usen para comprar a través de Twitter, así como la información de envío.

Tarjetas y envíos

Administra tus tarjetas guardadas y la información de envío.

Pago y envío

No hay métodos de pago guardados

Cuando compres un producto mediante Twitter, guardaremos tu método de pago aquí para futuras compras. Aprende más.

Tarjetas registradas

No hay ninguna tarjeta registrada

Aún no tienes ninguna tarjeta registrada.

Configuración. Tarjetas y envíos

- *Historial de pedidos*: se pueden consultar todos los pedidos que se han realizado desde Twitter.

Historial de pedidos

Consulta tus últimos pedidos realizados con Twitter.

Aún no se ha realizado ninguna compra

Ahora puedes ordenar productos directamente por Twitter. Todos los pedidos serán mostrados aquí. Aprende más.

Configuración. Historial de pedidos

- **Móvil:** permite añadir y editar un número de teléfono móvil al que vincular la cuenta.

Móvil

Amplía tu experiencia, siéntete cerca y mantente al día.

Añade tu número de teléfono.

Ingresa tu número de teléfono en la casilla de abajo. Te enviaremos un mensaje de texto con un código de confirmación. Es posible que se apliquen cargos de mensajes de texto.

País/región

Número de teléfono

[Continuar](#)

Aplicación móvil

Descarga la aplicación de Twitter

Disponible para iPhone, iPad, Android, BlackBerry y Windows Phone.

Configuración. Móvil

- **Notificaciones por correo:** desde aquí se configuran las diferentes opciones para el envío de correos electrónicos por parte de Twitter. Se podrá decidir cuándo y con qué frecuencia se recibirán las notificaciones.

Notificaciones por correo
Controla cuándo y con qué frecuencia Twitter te envía mensajes por correo electrónico. Aprende más.

El correo electrónico está habilitado. Desactivar

Actividad relacionada contigo y tus Tweets

Envíame un correo electrónico cuando

- Se marcan como favoritos mis Tweets. Personalizado para ti
- Se marcan como favoritos Tweets que me mencionan. Personalizado para ti
- Se retwittean mis Tweets. Personalizado para ti
- Se retwittean Tweets donde se me menciona. Personalizado para ti
- Mis Tweets reciben una respuesta o se me menciona en un Tweet. Personalizado para ti
- Alguien nuevo me sigue
- Me envían un mensaje directo
- Alguien me envía un Tweet por correo electrónico
- Alguien de mi libreta de direcciones se une a Twitter

Actividad relacionada con tus Retweets

Envíame un correo electrónico cuando

- Se marcan como favoritos mis Retweets. Personalizado para ti
- Se retwittean mis Retweets. Personalizado para ti

Actividad de tu red

Envíame un correo electrónico con

- Historias y Tweets relevantes. Envío periódico
- Actualizaciones sobre la actividad de mi red de Twitter
- Actualizaciones sobre la repercusión de mis Tweets
- Recomendaciones basadas en la actividad en mi red

Actualizaciones de Twitter

Envíame un correo electrónico con

- Noticias sobre productos y actualizaciones de características de Twitter
- Consejos para sacar el máximo partido de Twitter
- Cosas que me he perdido desde mi última sesión en Twitter
- Noticias sobre Twitter en productos de socios y otros servicios de terceros
- Participación en las encuestas de investigación de Twitter

Configuración. Notificaciones por correo

- **Notificaciones web:** se configuran las actividades sobre las que se recibirán notificaciones por parte de Twitter. Por ejemplo, cuando alguien retuitea algún tuit emitido por el usuario, o se añade como favorito, etc.

Notificaciones web

Recibe notificaciones en tu navegador web. Esta configuración no cambia tu cronología de notificaciones. [Aprende más.](#)

Actividad relacionada contigo y tus Tweets

Notificarme cuando

- Se retwittean mis Tweets
Personalizado para ti ▼
- Se marcan como favoritos mis Tweets.
Personalizado para ti ▼
- Mis Tweets reciben una respuesta o se me menciona en un Tweet.
Personalizado para ti ▼
- Alguien nuevo me sigue
- Me envían un mensaje directo

Guardar cambios

Notificaciones por correo

- **Cuentas silenciadas:** aparecerá un listado de las cuentas que se han silenciado. Se pueden seleccionar cuentas cuyos tuits se quieran ocultar de la cronología, y tampoco recibir ningún tipo de notificación sobre su actividad.

Cuentas que has silenciado

Has ocultado de tu cronología los Tweets de estas cuentas y no recibirás de ellas notificaciones push ni mensajes de texto. También has ocultado de tus notificaciones las respuestas y menciones de cuentas que silenciaste. [Aprende más.](#)

No has silenciado a nadie.

Configuración. Cuentas que se han silenciado

- **Cuentas bloqueadas:** muestra un listado de las cuentas que se han bloqueado. No pueden verse sus tuits en la cronología, ni ellos podrán ser seguidores de la cuenta de empresa ni ver el perfil mientras estén conectadas a Twitter.
Se han bloqueado estas cuentas. No se verán sus tuits en la cronología. Además, las cuentas bloqueadas no podrán seguir ni ver el perfil mientras estén conectadas a Twitter.



Configuración. Cuentas bloqueadas

- **Diseño:** en este apartado, se permite editar la forma en la que se ve el perfil por parte del resto de usuarios.



Configuración. Diseño

- *Aplicaciones*: se pueden ver las diferentes aplicaciones a las que se ha vinculado la cuenta de Twitter, tales como Facebook, Instagram, etcétera. Por ejemplo, si se quiere vincular la cuenta a un perfil de Facebook, se hace clic en el botón *Conecta a Facebook*.



Configuración. Aplicaciones

Se abre una nueva ventana en el navegador, en la que se solicitan usuario y contraseña de la cuenta de Facebook a la que se quiere asociar la cuenta de Twitter. Se introducen los datos y se hace clic en el botón *Entrar*.



Configuración. Aplicaciones. Acceso a Facebook



Nota

Tal y como puede observarse en la siguiente figura, se vincula la información de ambas cuentas: el perfil público, la lista de amigos y el cumpleaños.

Se hace clic en el botón *Aceptar* y, cuando se vuelve al perfil de usuario de Twitter, puede verse cómo la cuenta ya está vinculada a Facebook, una vez que se pulsa el botón *Autorizar*.

Siempre se puede deshacer esta conexión entre las cuentas pulsando en el botón *Desconectar*.



Configuración. Aplicaciones. Conectado a Facebook

- **Widgets:** permite crear y administrar los diferentes widgets agregados a la cuenta.



Configuración. Widgets



Nota

Un *widget* es una pequeña aplicación que facilita una tarea concreta.

Cerrar sesión

Haciendo clic en este botón, se finaliza la sesión de usuario y se sale de la aplicación o sitio web.



Aplicación práctica

Una empresa quiere vincular su perfil de empresa de Twitter con el de Facebook. ¿Qué pasos debería seguir?

SOLUCIÓN

Se inicia sesión en el perfil de Twitter de la empresa y se accede al apartado de *Configuración*, para lo cual se hace clic sobre la imagen del avatar que aparece en la parte superior derecha del perfil, junto al botón *Twitter*. Al hacer clic sobre dicho botón, se abrirá un desplegable en el que se selecciona *Configuración*.

Dentro del apartado *Configuración*, se selecciona en el menú de la izquierda el apartado *Aplicaciones* y se hace clic sobre el botón *Conecta a Facebook*.

Se abre una nueva ventana en el navegador, se introducen los datos de acceso a la cuenta de Facebook y se hace clic sobre el botón *Entrar*.

Se muestra una ventana en la que se especifica la información que se va a compartir. Se hace clic sobre el botón *Aceptar*, al volver al perfil de Twitter, se hace clic sobre el botón *Autorizar* y ya quedan vinculadas ambas cuentas.

Twittear

Aquí se tiene un acceso directo que permite tuitear. Cuando se hace clic sobre este botón, se abrirá un desplegable desde el cual se podrá escribir un tuit, cuya longitud máxima es de 140 caracteres.



Publicar un nuevo tuit



Actividades

13. Edite el diseño de su perfil en Twitter.
14. Intente crear un widget en su perfil de empresa de Twitter y vea los diferentes widgets que se pueden crear.
15. Modifique la configuración de las notificaciones de Twitter, de modo que solo se le notifique por correo electrónico cuando se publiquen tuits en los que se le mencione.

6. Consejos y sugerencias para promocionar la empresa en Twitter

Una de las ventajas del uso de esta red social con respecto a otras es que permite un trato mucho más directo con el cliente y es bastante inmediato.

En este apartado, se dará una serie de consejos que permitirán un correcto uso del Twitter de empresa, con el objetivo de crear una red de seguidores y llamar la atención de clientes potenciales.

Es recomendable tener en cuenta que Twitter es un canal de comunicación, es decir, se deben ofrecer contenidos útiles a través de la cuenta que puedan interesar a un público objetivo, y es muy importante crear conversación.

A continuación, se enumera una serie de consejos y buenas prácticas que ayudarán a despegar y gestionar la cuenta de empresa.

- **Saber qué se está diciendo en Twitter de la empresa.**

Una vez que se ha creado el perfil de empresa, o incluso antes de crearlo, es conveniente averiguar, a través del buscador de Twitter, qué se está hablando en dicha red social acerca de la empresa. Por ejemplo, podría darse el caso de que se esté hablando mal de la empresa o de un servicio que esta ofrezca; sería conveniente entonces dirigir estos primeros tuits a solventar estas quejas, o a ponerse en contacto con los usuarios/clientes insatisfechos. Saber qué imagen se tiene en Twitter de la empresa será el primer paso para definir qué estrategia seguir y qué tuitear.

- **Observar a la competencia y buscar clientes potenciales.**

Una buena forma de saber qué tipo de usuarios están interesados en lo que la empresa ofrece, es estudiar el Twitter de alguna empresa o negocio que tenga la misma actividad y ver qué tipo de seguidores tiene y cuáles son sus pautas de comportamiento. De este modo, se podrá tener información sobre qué temas interesan a los posibles clientes potenciales, así como documentarse más acerca de ellos.

- **Definir bien todos los datos de la empresa y redactar una biografía atractiva.**

Es muy importante completar el mayor número de campos referentes a la empresa, ofreciendo información lo más detallada posible y una biografía que capte la esencia de lo que se quiere transmitir a través de su cuenta. Así, se da la posibilidad de extender la relación con el seguidor más allá de Twitter.

Por ejemplo, si se quiere dar una imagen más informal, se recomienda redactar la biografía de un modo menos serio.

- **Usar un lenguaje cercano y directo.**

Aunque se trate de una cuenta que representa a una empresa, se recomienda usar un lenguaje directo y cercano con los seguidores; esto facilitará una conversación entre ambas partes. Es una buena forma

de mantener un contacto directo con los seguidores y transmitirles una buena imagen.

■ **Conectar la cuenta con otras redes sociales.**

Si se dispone de perfiles en otras redes sociales, tales como Facebook, Instagram, LinkedIn, etc., es muy importante conectar la cuenta de Twitter con esos perfiles, puesto que esto permitirá que se pueda intercambiar contenido que se publique en alguna de las otras redes y que pueda resultar interesante, así como extender la red de contactos que se tengan en estas otras redes y acceder a una mayor cantidad de público. Por ejemplo, se pueden escribir tuits con enlaces a los contenidos que se publiquen en la página de empresa de Facebook, o usar la red de contactos de LinkedIn para conseguir más seguidores.

■ **Regla del 80-20 en redes sociales.**

Se debe seguir, en el contenido de los tuits, la regla del 80-20 en redes sociales.



Recuerde

La regla del 80-20 en redes sociales dice que el 80 % de los tuits deberían aportar contenido que sea de interés para los usuarios, es decir, que no se centren exclusivamente en promocionar el negocio. El 20 % restante sí tendrá que ser referente a la promoción de productos o servicios.

La razón principal que aconseja esta proporción es que los usuarios no suelen entrar en Twitter para seguir una marca o un establecimiento, puesto que se trata de una red social en la que se crea una relación entre personas; por lo tanto, cuanto más interesante sea el contenido que se tuitee, más probable será que el número de seguidores vaya aumentando y, de esta forma, se hará llegar la información que se quiera, a modo de promoción del negocio, al mayor número de personas posible.

- **Mantener un trato personalizado y no utilizar herramientas para contestar automáticamente a los seguidores.**

Al disponer de poco tiempo, es bastante tentador usar herramientas que permitan responder automáticamente a los seguidores, de forma que se envíe una respuesta automática a cada uno de ellos. Esta práctica es poco aconsejable, puesto que, como se ha dicho anteriormente, Twitter no deja de ser una herramienta que fomenta la conversación entre personas, y el seguidor de la cuenta valorará un trato personalizado y cercano.

- **Ofrecer un contenido atractivo y relevante en los tuits.**

Cuanto más interesante y atractivo sea el contenido de los tuits, más probable será que despierten el interés de un mayor número de personas; esto se traducirá en un mayor número de seguidores.

No es aconsejable limitarse a tuitear contenido únicamente de la empresa, como se ha explicado anteriormente, ni tampoco limitarse a poner enlaces o únicamente retuitear contenido. Es buena idea poner enlaces que dirijan a la web de empresa o hacer retuits de contenido interesante, pero alternándolos con otro tipo de tuits.

Se recomienda que se tuitee contenido variado e interesante, de forma que la cuenta de empresa no sea aburrida o despierte poco o nulo interés entre el resto de usuarios.

- **Utilizar los retuits.**

Es conveniente retuitear contenido que sea de interés y que tenga que ver con la actividad que desarrolla la empresa, puesto que, de esta forma, el resto de usuarios podrá saber qué temas interesan y es una buena manera de mostrarse activo, aunque, como se ha explicado anteriormente, no se debe limitar únicamente a retuitear.

- **Conversar con los seguidores y no limitarse a promocionar los servicios o productos.**

Se debe intentar crear una conversación con los usuarios, de forma que se muestre que se trata de una cuenta activa y que es otra vía de comunicación tan válida como el correo electrónico o el teléfono, con la ventaja de que se puede llegar a un mayor número de seguidores, puesto que esa conversación que se entable con un usuario puede ser vista por el resto.

Por ejemplo, es una buena práctica el hacer preguntas para sondear la opinión de los seguidores y contestar personalmente a las dudas, preguntas o sugerencias que pueda realizar cada uno de ellos.

- **Incluir en los tuits enlaces a la página web.**

Si se dispone de página web, se mantiene actualizada y se ofrece en ella información de interés para el usuario, será conveniente escribir tuits que incluyan enlaces a ella o a alguno de sus contenidos. De esta manera, se hará llegar información relevante a los usuarios y también se incrementará el tráfico web hacia la página de empresa.



Consejo

Se recomienda incluir enlaces hacia contenido interesante de otras webs y cuentas de otras redes sociales y que tengan que ver con la actividad de la empresa.

- **Crear y utilizar listas.**

El uso de esta herramienta permite organizar los diferentes seguidores y personas a las que se sigue de forma más ordenada, para que se pueda acceder a ellos de forma más rápida. Por ejemplo, se podrían hacer listas diferentes para clientes, proveedores, áreas de mercado, intereses, etcétera.

- **Usar la pestaña @Menciones.**

Es muy importante saber en todo momento qué se está hablando de la empresa o negocio en Twitter; así que, haciendo clic en dicha pestaña, se podrán ver todas las referencias que se han hecho a la empresa. Esto permitirá saber qué imagen tienen los usuarios respecto a ella y qué se puede corregir para mejorar el servicio.



Menciones

- **Sacar el máximo partido a la publicidad en Twitter.**

Si se desea invertir una cantidad de dinero en la publicidad de esta red social, cabe la posibilidad de usar la herramienta Twitter Ads, que permitirá realizar una campaña de modo que aparezcan los tuits a los usuarios que se elijan a modo de tuits patrocinados.

Cabe destacar que el *índice de proporción de clics* (CTR) es bastante superior en Twitter Ads que en Facebook Ads; esto quiere decir que una campaña publicitaria en Twitter probablemente tendrá más posibilidad de éxito que una en Facebook.

- **Crear campañas virales.**

Una buena forma de promocionar el negocio-empresa o algún tipo de producto o servicio que se ofrezca, es realizando campañas virales.

Se trata de crear campañas que llamen la atención y sean “divertidas”, que se irán extendiendo paulatinamente a través de los contactos, incrementando la visibilidad del negocio.



Actividades

16. Enumere seis consejos que ayuden a mejorar la promoción del perfil de empresa en Twitter.
 17. Busque tuits en los que se hable de su empresa y observe su contenido y la imagen que se tiene en Twitter de ella.
-



Aplicación práctica

Imagine que es propietario de una clínica dental y ha creado un perfil de empresa en Twitter. ¿De qué forma podría hacer uso de Twitter para informar a los clientes sobre las técnicas que se utilizan y aumentar el número de clientes?

SOLUCIÓN

La mejor opción sería alternar contenidos acerca de nuestra clínica con otros referentes a todo tipo de noticias relacionadas con la odontología, como nuevos tratamientos, avances en las diversas técnicas, etcétera.

Si se tuviese página web, sería una buena práctica incluir en dicha página información sobre las técnicas y los tratamientos que se ofrecen, y publicar tuits en los que se escriban enlaces a dicha información de nuestra página web.



Aplicación práctica

Un centro de enseñanza dispone de un perfil de empresa en Twitter y tiene un problema, puesto que recibe gran cantidad de tuits, tanto de personas interesadas en sus servicios como de alumnos de diferentes materias que le hacen preguntas acerca del temario a través de la cuenta. ¿Qué le recomendaría para una mejor gestión de los tuits que le permitiera una mejor organización?

Continúa en página siguiente >>

<< Viene de página anterior

SOLUCIÓN

Le recomendaría el uso de listas en su cuenta de Twitter de empresa, de forma que pudiera organizar tanto las cuentas que se siguen como las cuentas que son seguidoras de la suya. Así, podría acceder a los tuits de cada una de estas listas de forma más rápida y organizada.

Por ejemplo, podría crear una lista para personas que no son clientes, pero siguen el perfil. Otra para los alumnos de Matemáticas, otra para los alumnos de Lengua, y así sucesivamente para todas las materias.

7. Resumen

Twitter no distingue entre página de empresa y perfil de usuario.

Las **ventajas** de crear una página de empresa en Twitter son:

- Es ideal para empresas que no cuentan con mucho tiempo para estar conectadas.
- Permite crear una red de seguidores, tanto de clientes consolidados como de potenciales.
- Se pueden promocionar los productos de la empresa.
- Es posible lanzar promociones únicamente para usuarios de Twitter.
- Facilita el mantener contacto con los clientes, obteniendo retroalimentación.
- Permite obtener ideas por parte de los clientes y observar a la competencia.
- Genera tráfico en la página web de la empresa.
- Se puede interactuar con el resto de las redes sociales.

Twitter recomienda elegir una **foto de perfil o avatar** cuyas dimensiones sean de 400 × 400 píxeles.

Se recomienda tener preparada una breve biografía o descripción de la empresa para rellenar el apartado de *Biografía*, y como máximo debe tener 160 caracteres.

Los **consejos** para promocionar la empresa en Twitter son:

- Saber qué se está diciendo en Twitter de nuestra empresa.
- Observar a la competencia y buscar clientes potenciales.
- Definir bien todos los datos de la empresa y redactar una biografía atractiva.
- Usar un lenguaje cercano y directo con los seguidores.
- Conectar la cuenta con otras redes sociales.
- Regla del 80-20 en redes sociales.
- Mantener un trato personalizado con los seguidores.
- Ofrecer un contenido interesante y atractivo en los tuits.
- Retwittear contenido que sea de interés.
- No limitarse a promocionar los servicios o productos.
- Incluir en los tuits enlaces a la página web.
- Crear y utilizar listas diferentes para clientes, proveedores, intereses, etc.
- Usar la pestañas @Menciones.
- Sacar el máximo partido a la publicidad en Twitter.
- Crear campañas virales.

