

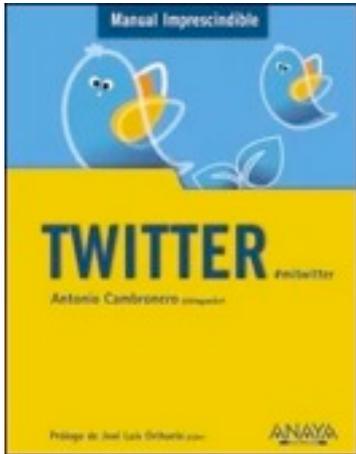


La pequeña guía del éxito en Twitter

(para tu pequeño negocio local)

Antonio Cambronero

@blogpocket



Antonio
Cambroner

autor del Manual
imprescindible de Twitter
(ed. Anaya Multimedia, junio
de 2012)

Encontrarás información
acerca del libro y dónde
comprarlo en [http://
www.blogpocket.com/
mitwitter](http://www.blogpocket.com/mitwitter)

@blogpocket
blogpocket.com
antoniocambroner.com
blogsabc.abc.es/weblog

foto de portada cortesía de:
@silvprado

[Licencia CC](#)

1. Introducción.
2. Lo que debes saber sobre Twitter.
3. Traza un plan.
4. Los pasos hacia el éxito.
5. ¿Quién soy?



Twitter es el pulso del mundo

@jack

I.Introducción.

Tienes una pequeña empresa local y has escuchado que Twitter es ideal para hacer crecer tu negocio. Si ese es tu caso, esta guía te ayudará a seguir los pasos adecuados para lograr el éxito; es decir, difundir tus productos o servicios de forma que lleguen al mayor número de personas posible y lograr tus objetivos (incrementar las ventas, mejorar la comunicación con tus clientes, etc.)





Las cosas más importantes de la vida se puede decir en 140 caracteres

@jlori

El poder de Twitter radica en su número de usuarios (más de 200 millones activos) por lo que para que tu negocio tenga éxito lo único que hay que hacer es que los consumidores de tu sector coincidan contigo y tú con ellos. El inmenso espacio virtual que es Twitter, “el pulso del mundo” según Jack Dorsey (cofundador de la plataforma), es ideal para ello.

¿Es difícil utilizar Twitter para dar a conocer mi negocio (mis productos y servicios, mis ofertas, etc.), enterarme de lo que dice la gente relacionada con mi sector (incluida la competencia) y buscar información acerca de todo lo que me interesa? En absoluto. Te pondré un ejemplo de lo fácil que es poner en marcha una estrategia de marketing con Twitter. Se trata de un caso que pone de manifiesto el significado, la forma de funcionamiento y la utilidad de los medios sociales hoy en día, y Twitter en particular.

Observa el vídeo que se muestra en este post de Blogpocket.com: [Un curriculum de 6 segundos con Vine](#). ¿Qué te llama la atención en ese vídeo? Sin duda, es sorprendente la enorme creatividad para resumir las competencias de la persona en cuestión en tan solo seis segundos. ¿Pero te das cuenta de su alcance? Dawn Siff grabó ese vídeo con Vine, una aplicación para teléfonos móviles, propiedad de Twitter, lo twitteó y causó tanto impacto que, al poco tiempo, encontró trabajo que era el propósito final de ese curriculum visual.

Dawn Siff utilizó Twitter para hacer llegar su mensaje al mayor número de gente posible. Empleó la imaginación y su enorme capacidad creativa para enganchar a sus seguidores. Estos actuaron de repetidores propagando la señal y así Dawn Siff logró su objetivo: alguien que buscaba ese perfil para cubrir un puesto de trabajo se fijó en ella y Dawn Siff logró su objetivo. Y todo sin ningún coste económico.

Como Dawn Siff, tú también puedes difundir los productos y servicios de tu negocio local para que alguien se fije en ellos.

El propósito de tu negocio es llegar al mayor número de posibles clientes. Y Twitter es uno de los medios sociales más indicados.



Twitter no es un amor a primera vista pero si te atrapa te apasiona

@blogpocket

2. Lo que debes saber sobre Twitter.

Twitter se puede resumir en dos palabras: 140 caracteres.

Como en cualquier medio social, el manejo de la plataforma se basa en cuatro pilares fundamentales: conversación (lo que significa interactuar con tu comunidad), escuchar (monitorizar lo que los demás están diciendo), publicar (que está asociado a lo que se denomina “marketing de contenidos” y que es la pieza esencial para lograr el famoso “engagement”, la interacción y participación de tus seguidores contigo) y cuidar a tu comunidad (el elemento primordial en este cuarteto).

Twitter no es un canal directo de ventas, como pudiese ser tu Web o, de alguna forma; Facebook. Twitter va a ser un fantástico tablón de anuncios con esteroides.

Twitter es una herramienta fácil y adictiva. Se puede obtener mucho provecho de ella o resultar totalmente inútil. Será lo que tú quieras que sea.

Para empezar te recomiendo leer [Las 7 mentiras relacionadas con Twitter](#) y [8 recomendaciones para evitar correr riesgos en redes sociales](#), con objeto de perder el miedo a utilizar las redes sociales, en general, y Twitter, en particular. El mundo virtual es tan real como el físico, no hay nada de especial en una red social. Todo lo que allí pasa, también sucede en el mundo físico. Con sus ventajas e inconvenientes.

En Twitter, tu nombre de usuario va precedido de una arroba (@). Por ejemplo, mi usuario de Twitter es [@blogpocket](#).

Se trata de un sistema cuyas características son: rapidez, flexibilidad, instantaneidad, globalidad, versatilidad y... tremendamente divertido.

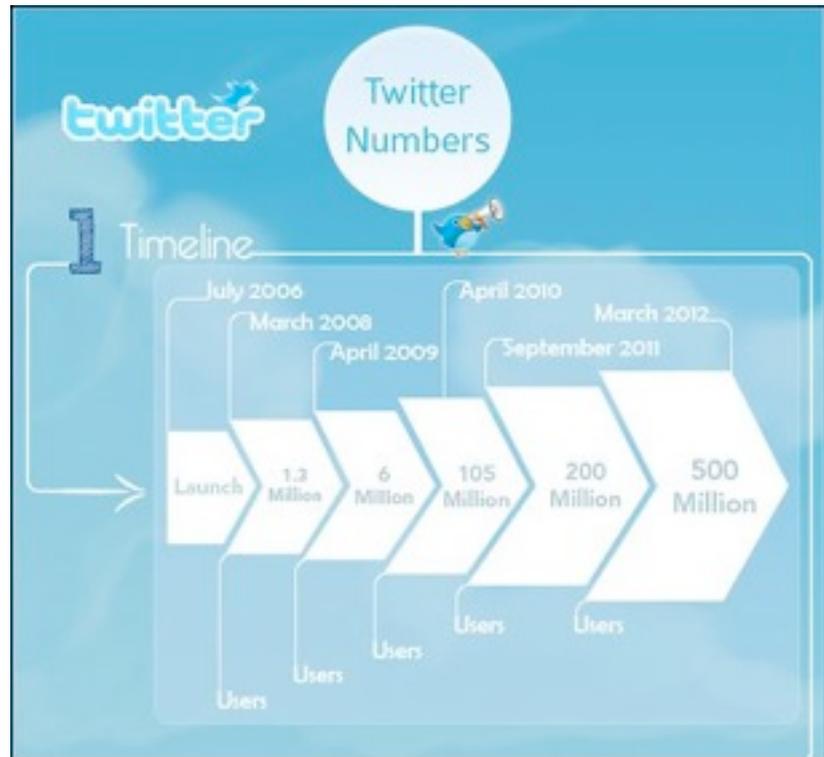


Datos sobre Twitter

Twitter tiene más de 500 millones de usuarios registrados, Aunque los usuarios activos rondan solamente la cifra de 288.

En esta entrada puedes ponerte al día sobre los últimos datos conocidos de Twitter: [El crecimiento de Twitter supera al de Facebook y Google+](#).

También te recomiendo la lectura de los siguientes posts:



- [50 datos curiosos sobre Twitter](#)
- [En ocasiones veo pajaritos](#)
- [La introducción de Eugenio Tuya en la presentación del Manual imprescindible de Twitter #mitwitter](#)

Los medios sociales no son una moda, son un cambio fundamental en la forma en la que nos comunicamos

@equalman



Twitter es la computadora que soñaron los escritores de ciencia-ficción y que tenía las respuestas a todas nuestras preguntas

@inti

Las 10 palabras que todo usuario de Twitter debe conocer



El argot de Twitter te puede confundir al principio. Aprende el diccionario básico con este post: [10 palabras que debes conocer si empiezas a twitrear](#)

10 consejos para twitrear bien

Utilizar Twitter no es evidente al principio ni un amor a primera vista pero si consigues superar [las etapas de frustración iniciales](#), conseguirás que te apasione.

Sigue estos [10 consejos para triunfar en Twitter](#)

También te recomiendo la lectura de: [Un “twictionary” para profesionales del marketing social](#) y [51 superconsejos para utilizar Twitter](#).



La pregunta no es si debemos estar en los medios sociales, sino cómo estar bien

@equalman

3. Traza un plan.

Es hora de comenzar a twittear.... pero ¡un momento! Antes es menester planificar bien el uso de Twitter en tu negocio. No pierdas de vista que, la labor te ocupará tiempo. Dado que tu negocio es local y, seguramente, de reducidas dimensiones en personal, tu misión ahora es responder a las siguientes preguntas:

¿Quién va a twittear?

¿A quién se va a twittear? Define tu público objetivo (el target, el nicho o como lo quieras llamar). Vete pensando en las palabras clave que están asociadas a tu negocio y tu mercado objetivo. Por ejemplo: “zapatería”, “óptica”, “cafetería”, etc.

¿Qué vas a twittear? (contenido propio, de otros, ofertas, promociones, concursos, etc.)

¿Cuándo vas a twittear? A ver si vas a publicar cuando tu público objetivo está dormido.

¿Por qué vas a twittear? (para vender, para promocionar, para comunicarte con tus clientes, etc.)

¿Cómo vas a twittear? (con qué herramientas, qué campañas vas a realizar, cómo vas a medir los resultados, etc.)

Para todo ello serán fundamentales dos cosas: la creatividad y las herramientas.

Las herramientas te permitirán sacarle el mayor partido a Twitter. Se trata de desarrollos externos que utilizando la API de Twitter nos proporcionan multitud de servicios.



Nuestros followers dicen quiénes somos; nuestros followings, lo que queremos ser

@yoriento

Las herramientas que todo usuario de Twitter debe conocer

La siguiente es una recopilación de una serie de herramientas básicas, agrupadas en los 4 pasos que necesitas para optimizar tu cuenta de Twitter, ya sea personal o perteneciente a una empresa u organización: reforzar tu marca personal, mejorar el uso de tu cuenta, conseguir el mayor impacto de tus tweets y analizar el resultado de tus publicaciones: [Las herramientas que todo usuario de Twitter debe conocer](#).

¿Cómo se mide el éxito de una campaña de comunicación en Twitter?

Básicamente, lo que vas a hacer en tu negocio para sacarle partido a Twitter es emplearlo como un gran medio de comunicación. Y de lo que se trata es de que obtengas el mayor número de seguidores posible (en esta guía te enseñamos cómo conseguirlo).

En Twitter, los mensajes se pueden ver amplificados mediante las diferentes formas de interacción que los usuarios poseen en sus manos: retweet (RT), mención, clics en enlaces, y favorito, fundamentalmente. Todas estas formas de participación dan lugar al denominado “user engagement” que determina un índice del éxito de cualquier campaña, ya que con las interacciones en Twitter se difunde el mensaje entre los seguidores que las realizan, aumentando así la relevancia de las campañas.

Pero alguien puede tener muchos seguidores y pocas menciones; y eso no sirve para nada. Así que una buena forma de medir el éxito, por lo tanto, de tu presencia en Twitter con respecto a otras empresas de tu sector es el ratio menciones/followers. Las menciones son, por otra parte, un indicador de la influencia que posees entre tus seguidores; es decir la capacidad para hacerles llegar un mensaje y la reacción positiva que provocan en ellos.



*Twitter nos ha
mostrado que ya
estamos en
condiciones, por la
situación de la
tecnología y por la
cultura de la
Internet conectada,
de comunicarnos
de una forma muy
rápida, basada en
dispositivos
móviles, armada en
entornos sociales..*

@jlori

4. Los pasos hacia el éxito.

¿Ya estás preparado? Regístrate en twitter.com, elige tu nombre real y nombre de usuario y sumérgete en el mundo Twitter.

Antes de empezar, echa un vistazo a dos cuentas de Twitter que he creado como ejemplo: [@EleganciaY](https://twitter.com/EleganciaY) y [@KohaibooSM](https://twitter.com/KohaibooSM).

Ambas corresponden a negocios ficticios. Fíjate en sus perfiles, su apariencia y lo que dicen sus descripciones.

[@EleganciaY](https://twitter.com/EleganciaY) corresponde a una tienda local de zapatos de mujer que acaba de ponerse en marcha y busca un asesor en social media. Su público objetivo son las mujeres residentes en una localidad de Madrid (España) llamada Pozuelo de Alarcón. A su vez, [@KohaibooSM](https://twitter.com/KohaibooSM) es una pequeña consultoría que se mueve en dicha localidad y a la que le interesan posibles clientes como el negocio de [@EleganciaY](https://twitter.com/EleganciaY).

La agencia [@KohaibooSM](https://twitter.com/KohaibooSM) también es nueva en el sector. El objetivo es que ambos negocios coincidan en Twitter para lo que ambos deberán seguir los siguientes pasos que les llevarán al éxito: [@KohaibooSM](https://twitter.com/KohaibooSM) está dándose a conocer a base de hacer crecer su comunidad, publicar contenidos interesantes sobre cómo usar los medios sociales en los pequeños negocios locales. Básicamente, sobre todo al principio, su trabajo consiste en monitorizar y twittear.

Configurar un perfil atractivo y atrayente que refleje nuestra marca y nuestro negocio

El perfil de Twitter (avatar, encabezado, fondo y descripción) es nuestra carta de presentación.

No hace falta ser un experto en PhotoShop ni un diseñador excelente. Haz uso de las siguientes herramientas para tunear



*No hay mejor
“unfollow” que no
hacer “follow”*

@blogpocket

el encabezado y el fondo: con [Pixlr](#), un editor de imágenes muy sencillo, combinado con Webs como [Twitrcovers](#) (repositorio de imágenes para el encabezado y el fondo de Twitter) y [Social Media Image Maker](#), obtendrás resultados sorprendentes.

La descripción deberá incluir las palabras clave por las que quieres que te encuentren (entre ellas, por ejemplo, “zapatos mujer”, en el caso de [@EleganciaY](#); y “socialmedia”, en el caso de [@KohaibooSM](#)). También es recomendable que rellenes el campo de la población para que resulte más fácil encontrar tu negocio para la gente de un determinado lugar.

Incrementar tu lista de seguidos (following)

Lo primero que debes hacer es incrementar tu lista de seguidos. En Twitter la relación de seguir no es simétrica por lo que, lo más seguro , es que, al principio, no te siga nadie.

¿Cómo encontrar gente a la que seguir? Las 10 primeras cuentas serán aleatorias (o de tus amigos) pero, a partir de ahí, deberás buscar las cuentas que te interesan según los objetivos marcados. En el caso de [@EleganciaY](#) y [@KohaibooSM](#) se van a seguir cuentas relacionadas con el sector. Te recomiendo que cada día sigas a unas 50-100 cuentas hasta que llegues a la cifra mágica de los 2.000 seguidos (a partir de ahí, Twitter no te deja seguir más a menos que tú obtengas también 2.000 seguidores). Encuentra usuarios a seguir utilizando las siguientes herramientas:

- Sugerencias de Twitter.
- Amigos y contactos.
- Examinando la lista de seguidos de cada cuenta que sigas.
- “Follow back” a cada cuenta que te siga.
- Búsqueda de Twitter (search-home y search-advanced).



Twitter ha sido un democratizador de contactos, te permite dirigirte a cualquier persona, a directivos, agencias de viajes, cadenas hoteleras y como no, a tus clientes potenciales, incluso puedes buscarlos activamente con keywords

@taxioviedo

- [Twiangulate](#) (búsqueda por keywords y localización).
- [Wefollow](#) (búsqueda por keywords de usuarios influyentes).
- [Foller.me](#) (información asociada a usuarios).
- [Socialmention](#) (publicaciones por keywords y localización).

A la vez, irás publicando tweets todos los días, distribuyéndolos a lo largo del día (ya veremos cómo), tratando de ser lo más versátil posible en los tipos de tus publicaciones (RTs, menciones, links, etc.), huyendo del autobombo excesivo y compartiendo contenidos interesantes relacionados con tu sector. Aproximadamente 1 o 2 de cada 10 tweets podrán ser anuncios de tus productos o servicios, ofertas, promociones, concursos, etc.

Optimizar la calidad de tu lista de seguidos

La primera etapa para lograr aumentar tu lista de seguidos, será un poco caótica. Pero, poco a poco y si lo haces bien, comenzarán a llegar los seguidores. En un principio, devuelve el follow a todo aquél que siga, a menos que veas que la cuenta es sospechosa de spam o cualquiera de las otras actividades prohibidas por Twitter (consulta la ayuda para aprender más acerca de las reglas de uso del sistema).

En ese momento, es hora de organizarte. Y lo primero es elegir una de las herramientas de gestión existentes, Por ejemplo [TweetDeck](#) o [HootSuite](#). Con ellas, podrás seguir todo lo que se publica, planificar tus tweets, publicar en varias redes, etc.

Lo que te interesa en esta segunda etapa es seguir tweets y conversaciones relacionadas con tu sector (público, clientes, competencia, otros profesionales, etc.) Es la fase de la escucha. Para ello, lo mejor es enfocar tus búsquedas por palabras clave utilizando las siguientes herramientas:



Si quieres tener éxito en las Redes Sociales humaniza tu marca. Relájate, disfruta de las conversaciones y sirve a todos no solo a tus clientes

@soyvictorgarcia

- [Twazzup](#) o [Tinker](#) para seguir tweets y conversaciones.
- [Trendsmap](#), #Descubre, [Tweetreach](#) y los trending topics de Twitter para descubrir tendencias y participar en ellas.
- [Hashtags.org](#), [Twitterfall](#), [Twtrland](#), [Monitter](#), etc., para medir el impacto de palabras y hashtags.
- [Tweetbeep](#) para saber lo que se dice de ti.

En paralelo, sigues publicando tus contenidos y los de otros (retwitteando, mencionando, creando tweets con links a recursos interesantes). Comparte contenido de calidad, a la vez que promocionas tu negocio y hablas con el público y los clientes. Capta sus necesidades. Observa lo que hacen otros negocios del sector. Sé original. Destaca.

Organízate en listas

A medida que crece el número de tus seguidos, cada vez es más difícil atender tu timeline. Por eso, son importantes las listas de Twitter.

Hazlo en dos pasos:

1. Suscríbete a las listas de otros.
2. Crea tus propias listas públicas para que otros se pueda suscribir a ellas.

Sigue las listas a las que te has suscrito (un método para no tener que seguir a cuentas obligatoriamente, por ejemplo las de la competencia) añadiéndolas a TweetDeck.

Existen herramientas muy útiles para ayudarte a seguir, crear y organizar a quien seguir en listas:

- [Listatlas](#), [Twellow](#) o [Twitlistmanager](#)



Conversaciones entre los miembros de tu nicho ocurren te guste o no. El buen marketing alienta el tipo de conversación correcta

@sethgodin

Equilibra tu porcentaje de seguidos/seguidores

Si llegas a 2.000 seguidos ya no podrás tener más seguidores, a menos que éstos sean, al menos, 2.000. Si no consigues esa cifra de followers, un truco es disminuir la cifra de following. En realidad, no te vendrá mal una limpieza de tu lista de seguidos porque, en tu afán de seguir a gente, probablemente muchas cuentas no sean interesantes para cumplir tus objetivos.

Pero ten en cuenta dos reglas de oro en Twitter. Por una parte, un usuario que tenga muchos seguidos y pocos seguidores es sospechosa de comportamiento irregular y, por otra, una cuenta que tenga muchos seguidores y siga a pocos seguramente es una celebridad. Ni una cosa ni otra.

Para “limpiar” tu lista de seguidos, puedes utilizar las siguientes herramientas:

- [SocialBro](#), [Manageflitter](#), [Twitblock](#), [Untweeps](#).

Optimiza tus publicaciones y conoce a tu comunidad

Ahora que el número de tus seguidores empieza a crecer, es conveniente que sigas alguna rutina orientada hacia el conocimiento de tu comunidad. Lo que te permitirá mejorar la calidad de tus tweets y, por lo tanto, captar la atención de tus seguidores para obtener mayor engagement y seguir creciendo.

- Publicar en el horario adecuado: [SocialBro](#), [Buffer](#), [Tweriod](#).
- Conocer a tu audiencia: [TeekAnalytics](#).
- Analizar el resultado de tus tweets (estadísticas): [Tweetstats](#), [Twittercounter](#), [Twitaholic](#), [Twitonomy](#), [SocialBro](#), [Pirendo](#), etc.
- Análisis de links: [Bit.ly](#), [Karmacracy](#).
- Influencia: [Klout](#), [Kred](#).



*En el pasado tu
eras lo que tenias
ahora eres lo que
compartes*

@godfried

Conocer a tu comunidad, te permitirá tomar decisiones más acertadas. Es muy importante averiguar qué personas están más dispuestas a conversar y cuál es el momento adecuado para lanzar tus mensajes.

Y, definitivamente, deberás medir el resultado de tus campañas tanto en cantidad como en calidad. Prueba también: [SocialOomph](#), [Spreadfast](#) y [Socialflow](#).

Casos de éxito

Sin duda, un gran ejemplo exitoso de uso de Twitter para un pequeño negocio local es @taxioviedo. Lee la entrevista que le hice para ABC.es en [Taxi Oviedo, un caso de éxito en el uso de Twitter para los negocios](#).

Otros casos de éxito, en este caso de empresas de mayores dimensiones, cuyos perfiles te invito a consultar son: @starbucks, @dunkindonuts, @colacola_es o @telepizza_es

Incluir mensajes publicitarios en la interfaz de Twitter

Y no te olvides de la existencia de los servicios que ofrece Twitter para incluir anuncios promocionados en la propia interfaz de la plataforma: tweets promocionados, trending topics promocionados y cuentas promocionadas. Entra en <https://business.twitter.com/> e infórmate de esta posibilidad.

Tienes entre manos una herramienta muy potente para coincidir con la clientela allá donde se encuentre. Ya no tienes que esperar a que llamen a tu puerta ni emplear técnicas agresivas de marketing y lograr así vender tus productos o servicios. Hay casi 300 millones de personas en todo el mundo esperando para adquirir lo que tú ofreces. Solo tienes que twittear.



Abril de 2013

5. ¿Quién soy?



Mi nombre es [Antonio Cambroner](#) y empecé programando ordenadores con tarjetas perforadas, viví el nacimiento de los ordenadores personales y la

revolución de la web 2.0 y los blogs. Asisto entusiasmado a una nueva revolución: la comunicativa de Twitter y las redes sociales. Poseo una amplia experiencia en gestión de proyectos de ingeniería de software y dirección de equipos humanos. Y desde el 25 de enero de 2001 participo en la divulgación de las herramientas asociadas a los medios sociales e Internet. [Blogpocket.com](#) es el blog en activo más antiguo de España y tengo el honor de haber contribuido a la expansión y consolidación en la sociedad de los blogs, poniendo los cimientos del actual boom de las redes sociales. Mi pasión por la transmisión de conocimientos me ha llevado a colaborar en diversos medios de comunicación, como la revista PC Actual o, actualmente, como [blogger profesional en ABC.es](#). El prólogo de “La revolución de los blogs” y una colaboración en “80 claves sobre el futuro del periodismo” (ambos libros escritos por [José Luis Orihuela](#)) fueron mis primeras incursiones en el mundo editorial y ahora se acaba de publicar (11-6-2012) mi libro [Manual imprescindible de Twitter](#) en la editorial Anaya Multimedia.

Resumen de mi perfil: re.vu/blogpocket

Sígueme en Twitter: [@blogpocket](https://twitter.com/blogpocket).