

7 ESTRATEGIAS PARA EMPEZAR A CRECER EN **TWITTER**

INICIO

Presentación de Twitter	Pág 3
1- Estar al día de los <i>trending topics</i>	Pág 4
2- Crea contenido viral	Pág 6
3- Mejores horas para publicar	Pág 8
4- Generar engagement	Pág 11
5- Análisis de la competencia	Pág 13
6- Monitorización del contenido	Pág 14
7- Análisis de Tweets Virales	Pág 16

Con más de 315 millones de usuarios en todo el mundo Twitter es el sitio original de "microblogs" con más de 500 millones de tweets enviados diariamente. Aunque es conocido por su faceta más social, también está diseñado para uso comercial, con su propia plataforma publicitaria y amplia aceptación entre las marcas.

Por ello, Twitter es una herramienta útil para aumentar el conocimiento sobre tu negocio entre tus audiencias clave y llegar a personas influyentes y expertos dentro de una industria determinada.

Twitter suele ser comparado con un chat mundial. Y esto hace que se convierta en una red social muy poderosa si aplicas la estrategia correcta.

En esta guía te enseñaremos cómo crecer en Twitter, hacerse viral y sacarle el máximo provecho.

Si quieres saber más sobre Twitter, crear una estrategia y aprender las mejores técnicas para crecer en esta red social, no te pierdas el curso de Twitter de BIGSEO Academy donde enseñamos esto y muchas cosas más con expertos de la aplicación.

Esperamos que estas estrategias te ayuden y compartas con nosotros tus resultados a través de @bigseo en Twitter utilizando el hashtag **#CursoTwitterBIGSEO**

1- Estar al día de los *trending topics*

Los Hashtags son una muy buena forma de conocer los temas de conversación en Twitter. En ocasiones durante la búsqueda de *trending topics* en Twitter estos también lo son en otras redes como Facebook o Instagram. A continuación te explicamos tres maneras para encontrar *trending topics*:

- **Trends de Twitter:**

En el menú de inicio cuando cliques en Explorar, se muestra cuales son los 30 *trending topics* del día en España, o el país que elijas.



Estas son las tendencias del día, es posible que no tengan que ver con la temática de la cuenta, aún así te dará ideas o podrás hablar de alguna de las 30. Por ejemplo los lunes se hace trending topic el #FelizLunes. Además te recomendamos que revises los *trending topics* de otros países ya que puede ser de utilidad si tu audiencia se encuentra en distintos lugares del mundo.

- ***Trending topics* de tu industria:**

Los *trending topics* son también temas virales que se hacen en cada nicho en particular, cuando buscas por país deberás tener en cuenta que es a toda la región, otra de las técnicas para estar al día es buscar por tu industria y observar qué está en tendencia.

Por ejemplo si tu industria es el Marketing, busca por **#marketingdigital** o si es la educación **#educaciononline**, también puedes utilizar # que hagan referencia a tu nicho y observa.

Además de los hashtags están las cuentas oficiales de las grandes marcas o empresas, como por ejemplo **@twitter**.

2- Crea contenido viral

Crear contenido viral en Twitter como en otras redes no es una ciencia exacta, aún así siguiendo estas recomendaciones las posibilidades aumentarán.

- **El contenido**

La audiencia de Twitter responde mejor al contenido entretenido e informativo, por eso es importante que seas constante con la creación de contenidos. Los mejores tipos de contenido para usar serían enlaces a guías, noticias actualizaciones, imágenes, gifs o videos y *retwittear* mensajes.

- **Los Hashtags**

El uso efectivo de Twitter incorpora **hashtags** como técnica de sensibilización y aumento de la visibilidad. Los usuarios de Internet usan hashtags para buscar nuevos productos y soluciones.

- **Los retweets**

Si ese tweet es *retwitteado* por más personas se hará el efecto bola de nieve y acabará siendo TT.

- **Tweetea aprovechando los Trends**

Está demostrado que a los usuarios les gusta *retwittear* sobre temas actuales. Aprovecha todo este tipo de actividad, porque la gente está enfocada en ello.

Cuidado porque esta técnica puede ser contraproducente, un ejemplo de esto fue en 2012 cuando la marca American Apparel durante el Huracán Sandy aprovecharon a hacer una campaña haciendo mención a este suceso y no salió como esperaban.

- **Usa el sentido de humor**

No todo el mundo es divertido por naturaleza, pero trata de canalizar tu sentido del humor en tus tweets. Ser gracioso puede significar la diferencia entre unos pocos retweets y cientos de miles de retweets. Si los seguidores aprecian tu oro cómico, tus retweets pueden impulsarte. Utiliza la ironía, el doble sentido, un guiño de lo que te gusta o no. Aprovechar el entretenimiento es una excelente manera de atraer seguidores e interacción sin mucho trabajo.

- **Aporta valor**

Sé ingenioso, en ocasiones las cuentas pretenden ser virales siguiendo un mismo estilo y eso hace que se vuelva aburrido. Busca la diferencia, sé creativo, mezcla formatos y por supuesto agrega valor a los usuarios, a las audiencias les gustan los tweets útiles, informativos y divertidos. Nadie quiere ver enlaces de spam y contenido aburrido.

3- Mejores horas para publicar

Conocer la mejor hora para publicar hará que tus esfuerzos por crecer y por provocar engagement aumenten. Por eso tener en consideración cuándo la audiencia está activa es crucial para aprovechar cada momento.

Elegir una hora dependerá de la estrategia que estés implementando y del número de veces al día que publiques. Pese a haber varios estudios, lo cierto es que esto dependerá de tu audiencia y del lugar en el que te encuentres. Te recomendamos que hagas pruebas para encontrar un equilibrio y poder abarcar todos los mercados y audiencias posibles, investigar y analizar será tu mejor arma.

- **Publica diariamente**

Sin duda, el mejor momento de publicar es todos los días, mínimo una vez al día. Twitter muestra las cuentas que son activas, y es bueno para que las personas que siguen la cuenta sepan que está ahí y no ha desaparecido.

- **Alternar momentos**

Prueba, prueba y prueba, para lograr la conquista de las redes sociales y los algoritmos hay que probar continuamente, publica en diferentes horarios, observa lo que funciona y quédate con eso.

Según un estudio realizado por Hootsuite, la especialista Dan Zarella, demostró que hay una mayor apertura (CTR) de los mensajes enviados por Twitter en los fines de semana que entre semana.

Así mismo, también hay un mayor CTR de los mensajes por la tarde que a primera hora de la mañana cuando las personas echan una ojeada rápida de la red social y no se paran a ver con detalle. En este caso prueba por ti mismo si las tasas de engagement aplican igual.

- **Usa herramientas**

Hay algunas herramientas que te permiten observar las mejores horas para publicar. Si al principio no tienes herramientas de pago puedes basarte en lo siguiente:

- Las mejores horas para publicar es a las 8:00h los lunes y los jueves.
- Entre las 12:00h y las 13:00h es la franja horaria en la que Twitter suele registrar mayor actividad.
- De 11:00h a 13:00h hay mayor volumen de tweets. Si quieres que tus tweets sean los más leídos, enviarlos al mismo tiempo que se concentran el mayor número de tweets no es la mejor idea.
- Entre las 3:00h y las 4:00h está demostrado que es el tramo horario que menor cantidad de tweets registra esta red social a lo largo del día.

En el caso de PSD (Estados Unidos) las mejores horas se sitúan entre las 6h y las 9h. Además, los fines de semana por las mañanas es mejor que por la tarde.

Aún así ten presente el público al que te diriges, si es internacional, por ejemplo audiencia en España y en México las horas y el contenido de valor pueden variar. Por eso es importante que se hagan pruebas para encontrar el mejor horario.

- **Medir**

Para conocer las mejores horas, la clave se encuentra en medir la performance de los tweets. Medir los resultados es crucial, por eso si vas a usar enlaces lo mejor es que hagas uso de bit.ly para saber el CTR del mismo, esta herramienta le permite saber el número de clicks y la ubicación geográfica de los mismos, además de acortar los enlaces y personalizarlos. También Twitter analytics le brindará información al respecto.

- **Piensa en la audiencia**

Quien gana el juego de las Redes Sociales es aquel que conoce a su público objetivo y su audiencia.

4- Genera engagement

Provocar interacción por parte de la audiencia es otro de los puntos clave para crecer en Twitter. Esta interacción se deriva de contenidos de calidad y aporte de valor real.

Te explicamos cómo generar más engagement, el poder de cada uno de estos factores es impredecible, al final se trata de un ciclo, más tweets con interacción, más impresiones, lo cual lleva a más interacción por cuentas que antes no te conocían. Mientras más interactúa la audiencia, más tiempo duran los tweets. La clave está en mantenerse la mayor parte del tiempo posible en el inicio.

- **Mantén tus tweets breves**

Los tweets que contienen fotos aumentan en promedio un 35% en retweets. Recuerda mantener los mensajes de entre 100 a 120 caracteres por debajo del límite permitido. Tómame el tiempo necesario para escribir esa primera frase, teniendo en cuenta la gramática y las faltas de ortografía.

Haz uso de imágenes, videos o gifs para mantener el tweet corto pero lleno de significado.

- **Comentarios**

Añadir una pregunta al final del tweet te servirá para que los usuarios respondan, es una oportunidad de generar conversación y así aumentar el engagement.

- **Responde cuando alguien te envíe un tweet**

Procura responder a todos los comentarios que hagan en tus tweets y especialmente al inicio, te ayudará en el crecimiento.

Además, esta acción te ayudará a conocer a tu audiencia y por tanto descubrir las necesidades de las mismas para poder cubrirlas.

- **Provoca engagement en otras cuentas**

Generar interacción no solo se basa en tus propios contenidos, sino en los de otras cuentas, hacer comentarios en otros tweets hará que los usuarios te descubran y se sientan motivados por ver tu contenido y por ende a ser activos.

Para eso, si aprovechas la búsqueda geolocalizada, podrás crear interacción con usuarios de tu zona y de tu mismo país que formen parte de la industria.

5- Análisis de la competencia

Si vas a hacer uso de un # sobre un tema en particular, observa primero que hay en las búsquedas por ese # o palabra clave y así puedes hacerte un poco a la idea de lo que sucede. Por otro lado, observar los # que usa la competencia te dará *insights* de aquello que se está hablando, o si tienen # propios ver cómo los están utilizando.

Hacer un estudio de tus competidores te ayudará a ver dónde están fallando o qué se les está pasando por alto, además de conocer su estrategia.

6- Monitorización del contenido

Ser constante en el contenido, generar impacto y trabajar por los objetivos de tu estrategia de Social Media Marketing toma tiempo y recursos, la mejor manera de optimizar y saber qué es aquello funcional es haciendo uso de las analíticas.

Medir los resultados de cada una de las acciones te ayudará a ser más óptimo, por eso es bueno analizarlo. Para eso, asegúrate de observar la performance de los tipos de tweets que realizas, las horas de publicación, el engagement (likes, *retweets*, comentarios)

Una herramienta gratuita y disponible para todas las cuentas es **Twitter Analytics**, al igual que otras redes sociales esta brinda datos sobre la cuenta y su actividad.

Algunos de los datos que da son:

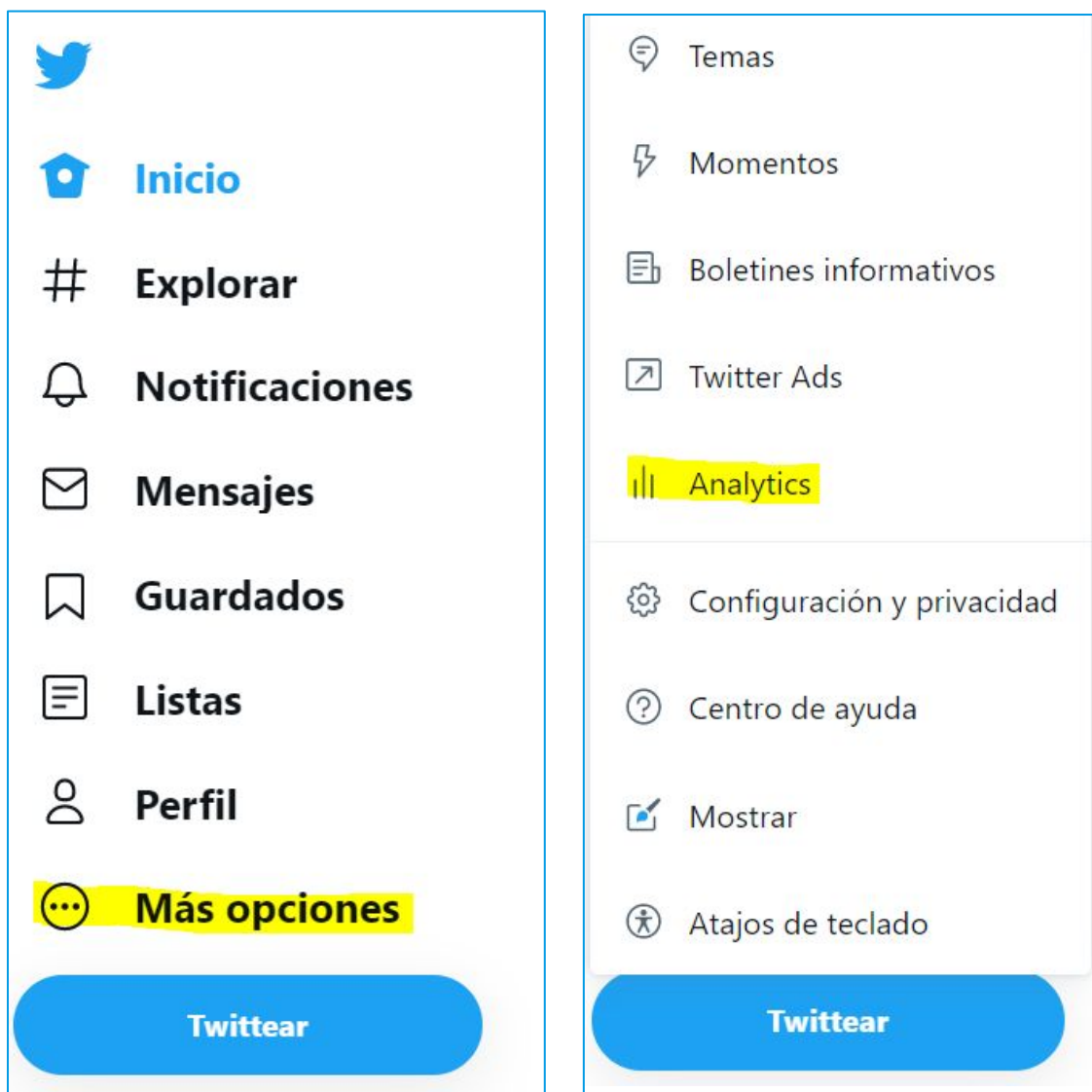
- Tu tweet principal del mes.
- Tu principal mención del mes.
- Tu mejor seguidor del mes.
- N° tweets que has escrito..
- N° visitas que ha recibido tu perfil de Twitter.
- La cantidad de menciones que ha recibido tu cuenta.
- N° seguidores nuevos.
- Volumen de las impresiones de tus tweets.

Otros datos relacionados con la audiencia, la actividad de los tweets, videos y ads.

Los beneficios de hacer reportes de la estrategia de marketing son varios, aquí tienes algunos de ellos:

- Ayuda a saber qué es lo que funciona.
- Permite desarrollar una estrategia de lo que mejor comportamiento tiene.
- Ayuda a ver patrones y tomar decisiones basadas en datos.
- Permite controlar la audiencia.
- Indica datos de los mejores momentos para publicar.
- Permite observar el ROI de las inversiones publicitarias.

Aquí encontrarás Twitter Analytics desde tu cuenta:



7- Análisis de Tweets

Otra técnica para crecer, es saber ver eso que ha funcionado, ver cómo está estructurado y aprender. De esta manera, a la hora de crear, tener herramientas que permitan volar la creatividad. A continuación te enseñamos algunos tweets que se han hecho virales y te explicamos el por qué.



En este caso, este tweet usa algo típico que seguro a más de uno nos ha pasado en alguna ocasión, está aprovechando algo obvio, que a todo el mundo le ha pasado y que pocos cuentan, así muchos se sintieron identificados y por eso retupearon.



Este es otro caso de hacer uso del humor, el doble sentido y a su vez el sentido común. Quizás la cuenta no es una marca, pero en caso de que seas una marca y tengas productos, este tipo de tweets son ingeniosos y generan engagement.



unmundolibre
@unmundolibre



- ¿Has vuelto a comer frutos secos sabiendo que eres alérgico?
- Chi.



11:21 a. m. · 30 abr. 2019 · Twitter Web Client

3.474 Retweets 128 Tweets citados 9.902 Me gusta



Este es otro tweet que se hizo viral, en este caso se sabe implementar muy bien el uso de pocos caracteres, una imagen y la relación entre ambos, hace muy buen uso del humor y un grupo determinado de personas. Es un tipo de tweet que se puede aplicar en muchos casos, además de ser entretenido y fácil de *Retweetear*.



MediaMarkt España

@MediaMarkt_es

Seguir

No, no tenemos nada que ver en el precio que le ha puesto el Barça a Villa. No nos consta.

18:19 - 8 Jul. 2013

10.497 Retweets 1.959 Me gusta



206 10K 2,0K

Media Markt es otra de las marcas que lo sabe hacer muy bien, la empresa de tecnología en este caso aprovechó muy bien un *trend*, algo que estaba sucediendo en el momento y supo hacerlo suyo a través del ingenio. Por eso es favorable revisar los trends y aunque no tengan relación con el nicho al que se dirige ser creativo y hacerlo propio.



A continuación otro tweet creativo, aprovechando una tendencia y el producto, quizás este no es el más viral, recuerda la idea es generar engagement y este tweet lo hace. Ser constantemente creativo.



Este es uno de los tweets más virales de la historia hecho por una marca, y es que en esta ocasión había el Super Bowl, un mega evento de Estados Unidos, donde hubo un apagón y se fué la luz. Pues bien Oreo aprovecho el momento y posteó esto, dice “¿Se fué la luz? No pasa nada” y la imagen. A eso se le llama *real-time* Marketing. Aprovecharon un evento multitudinario para aplicar esta estrategia y dejar a todos sorprendidos.

Todos tienen en común un contexto y por eso el motivo de su éxito, ningún tweet se puede pronosticar pues depende meramente de la audiencia. Ten cuidado si intentas usar tendencia o *topics* del momento para hacerlo propio, pues una mala interpretación o no conocer el topic te puede hacer caer en errores.