

Guía Visual

LA CIENCIA DEL ÉXITO EN



Twitter

Buenas prácticas para empresas
basadas en datos



ÍNDICE

1 Prioridades en Twitter	4
2 Las imágenes en los Tweets	6
3 La estrategia de los enlaces	8
4 El hashtag perfecto	9
5 Campañas de Mensajes Directos	12
6 Engagement con los usuarios	13
7 Inversión en Twitter Ads	15

AUTORAS



Lisa Toner
Content Strategist
HubSpot
[@lisatoner13](https://twitter.com/lisatoner13)



Linda Bolg
Head of Marketing
SocialBro
[@LindaBolg](https://twitter.com/LindaBolg)

Los Datos

Utilizando SocialBro, la plataforma de analítica y marketing para Twitter, nos fijamos en 200.000 Tweets generales de empresas durante noviembre de 2014.

Estos Tweets no formaban parte de ninguna campaña integrada dentro de otra más amplia con ningún hashtag específico para ella.

1 Prioridades en Twitter

La ciencia...

“La creación de marca es el objetivo principal para el **70% de las empresas**, con la generación de leads en segundo lugar (65%).”

- Datos de SocialBro (2014)



Buenas prácticas para la creación de marca



1. Interactúa con tus seguidores individualmente
2. Deja que la personalidad de tu marca aflore en tus Tweets - utiliza un tono de voz humano, coherente y atractivo
3. Interésate por tus comunidades - no te centres sólo en publicar contenido
4. Utiliza hashtags pegadizos en todas tus campañas
5. Usa imágenes impactantes en tus mensajes para aumentar su compartibilidad
6. Monitoriza tus palabras clave y responde a las menciones y comentarios

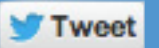
Inspírate en [@Belros](#)

1 Prioridades en Twitter

La ciencia

“Más de la mitad de las empresas (57%) están gastando al menos un 50% más en marketing en Twitter en comparación con hace dos años, y un 15% de los encuestados indican que su inversión se ha triplicado.”

– Datos de SocialBro (2014)



Buenas prácticas para la generación de leads



1. Haz que tus Tweets sean cortos y concisos
2. Incluye llamada a la acción (CTA) clara
3. Añade sólo un enlace
4. Utiliza un texto pegadizo
5. No uses hashtags en los mensajes de generación de leads
6. No hagas @menciones
7. Invierte presupuesto en Tweets Promocionados y Twitter Cards

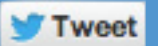
Inspírate en [@hmespana](#)

2 Las imágenes en los Tweets

La ciencia...

“Los Tweets de empresas que incluyen imágenes son un 34% más propensos a ser Retwitteados que aquellos que no incluyen ninguna”

– Datos de SocialBro (2014)



Buenas prácticas para **Twitrear** imágenes



1. Evoca emociones con imágenes impactantes
2. Asegúrate de que la imagen no está pixelada y es de alta calidad
3. No utilices imágenes cuyos derechos de uso no poseas. Encuentra imágenes en ThinkStock, Creative Commons, o iStockPhoto
4. No uses imágenes equivocadas que son irrelevantes para el contenido
5. No utilices imágenes poco delicadas o polémicas

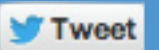
Inspírate en [@redbullMX](#)

2 Las imágenes en los Tweets

La ciencia...

“Los Tweets de empresa con imágenes subidas directamente a Twitter (es decir, mediante el sistema nativo de subida pic.twitter) son un **173%** más propensos a ser Retwitteados que aquellos Tweets con imágenes procedentes de otras fuentes.”

– Datos de SocialBro (2014)



Sube las imágenes **diréctamente desde Twitter**

Añadir fotos desde la propia plataforma de Twitter es más efectivo para lograr RTs que utilizar sistemas de publicación externos.

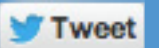


3 La estrategia de los enlaces

La ciencia

“Los Tweets de empresas **con una enlace colocado en mitad del Tweet** son un **26% más propensos a ser Retwitteados** que aquellos Tweets que incluyen la URL al principio o al final del Tweet.”

– Datos de SocialBro (2014)



Buenas prácticas para Twitear enlaces



1. Coloca el enlace en mitad del Tweet
2. Di algo intrigante antes del enlace
3. Explica por qué lo has encontrado interesante o suficientemente valioso para compartirlo
4. Acorta el enlace para dejar espacio para más caracteres utilizando herramientas para acortar URLs como Bit.ly o Social Inbox de HubSpot

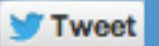
Inspírate en [@TicketMasterES](https://twitter.com/TicketMasterES)

4 El hashtag perfecto

La ciencia...

“Los Tweets de empresas que incluyen hashtags son un **33% más propensos a ser Retwitteados** que los Tweets sin hashtags.”

– Datos de SocialBro (2014)



Buenas prácticas con Hashtags



1. Haz que el hashtag sea corto, pero si no puedes asegúrate de que sea pegadizo
2. Escoge palabras clave corporativas o del sector
3. Intenta usar el hashtag de forma natural en tus frases
4. Utilízalo para agrupar tu Tweet en un tema en particular
5. Ve a search.twitter.com y comprueba si alguien más está usándolo - es mejor usar algo único para tu campaña

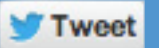
Inspírate en [@VivaAerobús](#)

4 El hashtag perfecto

La ciencia...

“Los Tweets de empresas **con un hashtag son un 69% más propensos a ser Retwitteados** que aquellos que tienen dos hashtags.”

– Datos de SocialBro (2014)



Utiliza sólo un hashtag para lograr el **máximo número de Retweets**



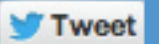
1. No incluyas demasiados hashtags en tus Tweets
2. Usa 1 o 2 hashtags - 1 es lo óptimo

4 El hashtag perfecto

La ciencia...

“Los Tweets con hashtags de **11 caracteres o más** consiguen de media un **117%** más de Retweets que los de entre 6 y 10.”

-- Datos de SocialBro (2014)



11 caracteres es lo óptimo para un hashtag



1. Los Tweets con hashtags que tienen 11 caracteres o más consiguen un 48% más de Retweets que aquellos entre 1 y 5.
2. Los Tweets con hashtags de 11 caracteres o más consiguen el 117% más de Retweets que los de entre 6 y 10.
3. Los Tweets con hashtags cuya longitud está entre 1 y 5 caracteres consiguen un 47% más de Retweets que los de entre 6 y 10.

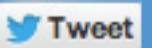
Inspírate en [@elcorteingles](#)

5 Mensajes Directos

La ciencia...

“Las campañas de DMs consiguen de media una **tasa de clics un 300% más alta** que las campañas de email marketing.”

– Datos de SocialBro (2014)



Direct messages › with George Harrison



As a follower of George Harrison we're giving you the chance to win an Apple Years box, courtesy of @udiscovermusic: po.st/udghsb

16m

(Traducción: “Como seguidor de George Harrison te damos la oportunidad de ganar una caja Apple Years por cortesía de @udiscovermusic po.st/udghsb”)

1. Las herramientas para campañas de DM (mensajes directos) como **SocialBro** te permiten dirigirte a segmentos específicos de tu base de datos de seguidores y enviarles mensajes personalizados.
2. Personaliza los mensajes - no seas un spammer
3. Haz que tus mensajes sean valiosos y ofrécele al destinatario algo que le beneficie
4. Crea una URL personalizada para tus campañas de DM de forma que no lo perciban como spam

Inspírate en [@udiscovermusic](https://twitter.com/udiscovermusic)

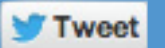
Su campaña de DM's sobre George Harrison consiguió un CTR del 71% -

6 Engagement con los usuarios

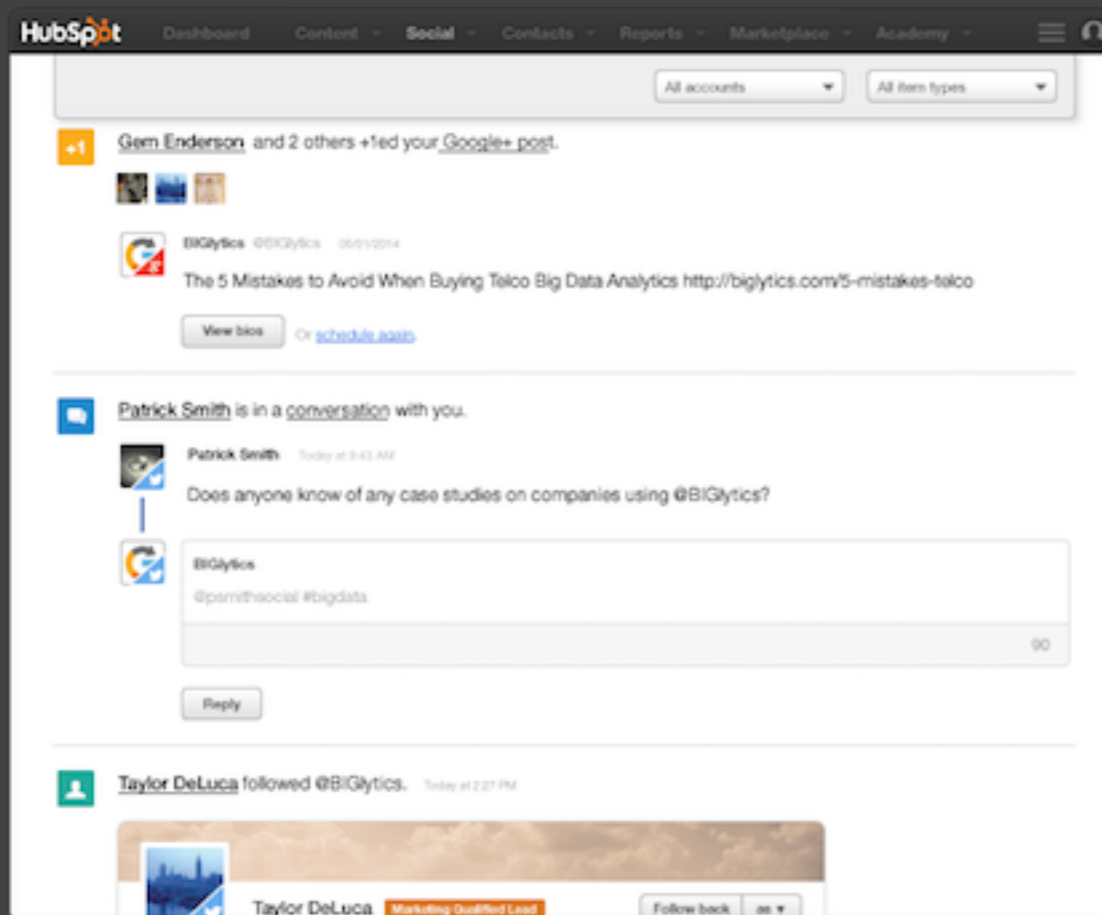
La ciencia...

“El 90% de los usuarios de Twitter que participan en una campaña de marketing en Twitter no seguirán a la empresa en Twitter después de la interacción con la campaña”

– Datos de SocialBro (2014)



Monitoriza tus no-seguidores tras la campaña



1. Usa una herramienta de análisis y monitorización para Twitter para identificar los usuarios que han participado en tu campaña. Luego utiliza los filtros de búsqueda de tu herramienta de análisis para eliminar aquellos que ya siguen a tu marca en Twitter.
2. Practica la escucha activa e interactúa con estos usuarios de Twitter. Así establecerás una relación orgánica con ellos.
3. También puedes usar esa misma lista e importarla en la plataforma de Twitter Ads y sacar provecho de las Audiencias Personalizadas para crear anuncios en Twitter únicos personalizados para estos usuarios.

Prueba Social Inbox de HubSpot [aquí](#)

6 Engagement con los usuarios

La ciencia...

- “Las empresas **pierden de media un 15% de sus nuevos seguidores en Twitter durante las 3 primeras semanas a menos que hagan un esfuerzo por interactuar con ellos pronto.**”
- – Datos de SocialBro (2014)



Segmenta e interactúa con tus nuevos seguidores



(Traducción: “El equipo de #LinkHumans está un poco cansado hoy

.... Gracias a todos los que hicieron #smlondon posible! Un éxito!

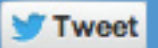
#LifeatLinkHumans”)

1. La segmentación es clave aquí. Tu campaña de seguimiento tiene que ser relevante para el usuario que ha participado en tu campaña original.
2. Crea listas segmentadas con esta gente e interactúa con ellos de forma orgánica ofreciéndoles consejos útiles y enlaces a contenido de valor que sea relevante.
3. Si utilizas una plataforma de análisis de Twitter, mira tu informe de retención de seguidores. Esto te dará una indicación de la semana concreta donde puedas haber recibido una cantidad alta de unfollows. Entonces vincula esa información con los Tweets que publicaste y las campañas de marketing en Twitter que desarrollaste durante esa semana en particular.

Inspírate en [@LinkHumans](#)

7 Inversión

- *La ciencia...*
- *“Las empresas que utilizan Twitter Ads consiguen de media un aumento 13 veces mayor del número de seguidores que la media de las empresas en Twitter.”*
- *– Datos de SocialBro (2014)*



Dirígete a nuevos públicos con Twitter Ads



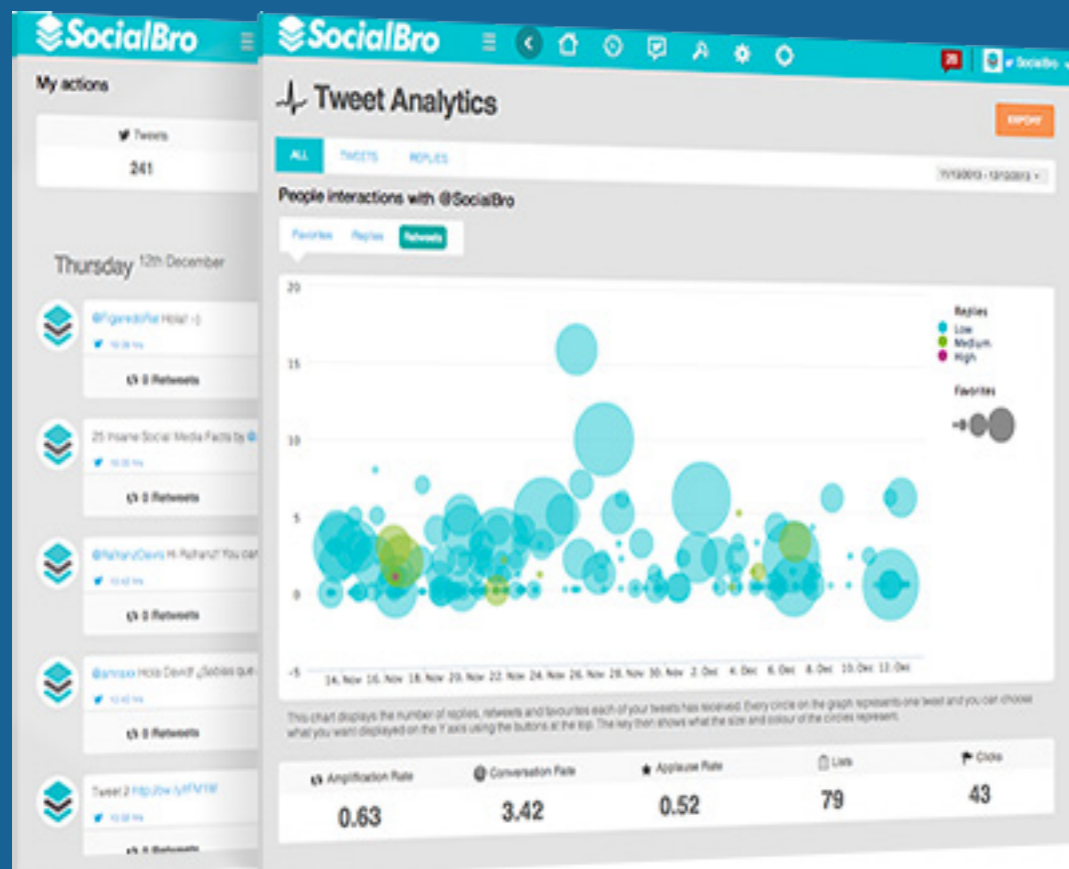
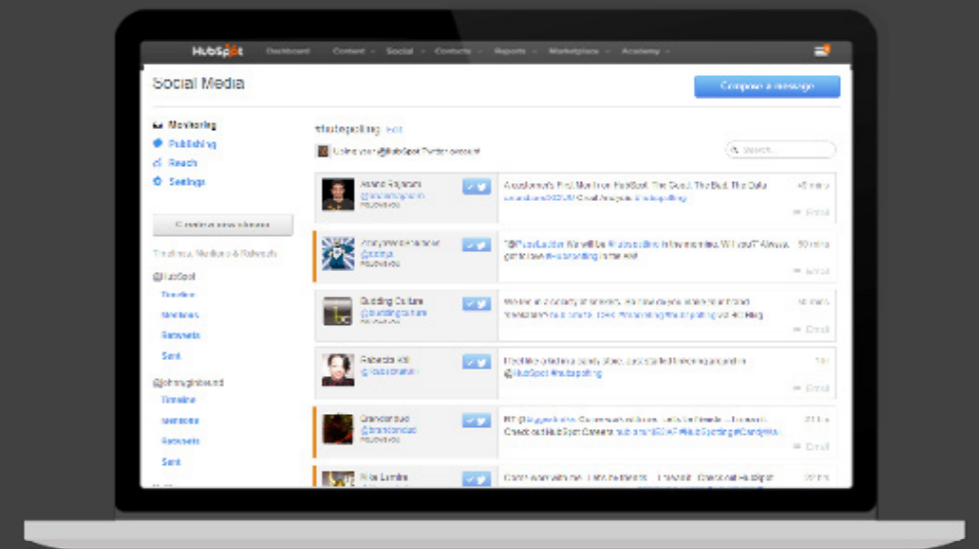
1. Experimenta incluyendo en tus anuncios imágenes y vídeos llamativos.
2. No trates de vender tu producto o servicio en el anuncio. Mantén un tono de conversación y proporciona una llamada a la acción (CTA) atractiva con un enlace para descargar algún contenido valioso.
3. Crea un Tweet simple, conciso y convincente.
4. Puedes utilizar un Tweet promocionado para simplemente pedir un follow, un Retweet, o incluso una respuesta, no sólo para dirigir tráfico a tu web.
5. Las Twitter Cards te dan incluso más opciones que los Tweets promocionados. [Lee más sobre el tema aquí](#)

Inspírate en [@SocialBro](#)

Gracias por leer nuestra guía

¿Quieres ver más sobre cómo Social Inbox de Hubspot puede ayudarte con tu social media?

Solicita una demo gratis ▶



¿Quieres probar SocialBro Gratis?

Comienza ahora a usar la plataforma n°1 de Marketing para Twitter

Consigue SocialBro Gratis ▶