Del Escritorio del TuitMaster

Historia, Actual	idad u C	onsein.	acesca d	Two	tter
,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,	out of c	orusqus.			
Primera Edición	ι.				
7					
Entiende a Tu	itte	2, apr	ende a i	itilizarl	0.
mira quienes lo e	están uti	lizando	, recibe b	luenos co	nsejos
y forma parte de					
de este siglo.					
		-			
echa:					
Asunto:					5

Del Escritorio del TuitMaster Primera Edición

Historia, Actualidad y Consejos acerca de Twitter

TuitMaster.com



Copyright © 2011 por TuitMaster.com, Todos los derechos reservados.

Ningún texto de este libro puede ser reproducido sin citar a la fuente. Siempre que se cite a la fuente (TuitMaster.com y el nombre del Libro) se podrán reproducir los contenidos aquí incluidos.

Marcas: Twitter es una marca registrada de Twitter, Inc. Todas las otras marcas son propiedad de sus respectivos dueños. El libro "Del escritorio del TuitMaster" y TuitMaster.com no están asociados con ningún otro producto, marca o persona mencionada en este libro.

Para más información contactarse a TuitMaster.com

INDICE

1. Ho	ola Twitter!	
	1.1 Introducción 1.2 Los Gurús y los Famosos	5 6
2. إ	ué es Twitter?	
	2.1.1 La idea2.1.2 Su desarrollo2.1.3 Twitter hoy en día2.1.4 Inversión, Recursos y Valor en el mercado	11 11 12 13
3. Tú (en 140 caracteres	
	3.1 Vocabulario TuiteroFollow, UnFollow, RT-Retweet, #FF3.2 Registro	14
	3.2.1 Pasos a seguir 3.2.2 Mi información 3.2.3 El ícono o avatar 3.3 Cómo utilizarlo	20 24 28
	3.3.1 La interface (PC)3.3.2 Desde mi pc o desde mi móvil3.3.3 Otras herramientas	31 37 40
	3.4 @ATiTeDigo 3.4.1 ¿Quién va a leer mis Tuits? 3.4.2 ¿A quién sigo en Twitter?	100 102
	3.5 #Temas 3.5.1 #Hashtag 3.5.2 ¿Qué es un Trend Topic? 3.5.3 ¿Cómo hago populares mis temas? 3.6 Fotos ¿Y no sólo eran 140 Caracteres?	104 105 105 108
4. Lo	os Secretos "ocultos" y "no ocultos"	
	 4.1 ¿Qué debo Tuitear? 4.2 ¿Cuándo debo Tuitear? 4.3 ¿Es bueno o malo hacer Retweet? 4.4 ¿Cómo hago para que me tomen en serio? 4.5 ¿Cómo consigo más seguidores? 4.6 ¿A quién debo seguir? 4.7 ¿Tuitear en Facebook? 4.8 ¿Debo tener varias cuentas? 	110 115 116 117 120 123 127 130

5. Twitter para emprendedores / empresas / gobierno / famosos /

5.1 Primero: Tus Canales de Internet: Sitio web y Redes	134
Sociales. Posicionamiento (SEO)	
5.2 Segundo: Sigue a quien te sigue	140
5.3 Tercero: Twitter tu vía #1 de comunicación, se	142
constante!	
5.4 Cuarto: Consigue RT de Tuiteros Influyentes	142
5.5 Quinto: Retuitea lo bueno y lo malo	144
5.6 Sexto: Gana dinero!	146
6. ¿Twitter para siempre?	150

1 • Hola Twitter!

1.1 Introducción

21 de Marzo del 2006, nacía Twitter enviando su primer mensaje (Tweet o Tuit para nosotros) "estoy instalando mi twttr" enviado por Jack Dorsey, actual presidente del consejo administrativo de Twitter.

Dorsey creó un servicio de envío de mensajes de máximo 140 caracteres, conocidos como tweets ("píos" traducidos al español). Al principio el nombre era twttr inspirado en flickr y fue usado internamente hasta su lanzamiento oficial en Octubre del mismo año. En aquella época Dorsey trabajaba en Odeo, una firma de podcast (servicio de distribución de archivos de audio y video), con los otros 2 fundadores, Biz Stone y Evan Williams.

Pero fue en Marzo del 2007 que Twitter salió del anonimato durante el festival anual de tecnófilos South By South West, en Austin, Texas ganando un premio web award en la categoría blog.

Los cofundadores depositaron los estatutos de la firma en Abril del 2007, ellos son Biz Stone (@biz), Evan Williams (@ev) y Jack Dorsey (@jack).

1.2 Los gurús y los famosos

Pasemos al Twitter de hoy, con más de 200 millones de usuarios. Comencemos con los famosos, quienes han colonizado Twitter, siendo tal vez los mayores animadores de hoy en día en esta red social. La cantante Lady Gaga (@ladygaga) es la famosa con más seguidores: 10 millones de seguidores y contando. Le sigue el cantante Justin Bieber (@justinbieber) con más de 8 millones de seguidores. También aparecen en la lista de los famosos con más seguidores en Twitter, la cantante pop Britney Spears (@britneyspears) con 7,12 millones, el presidente Barack Obama (@barackobama) con 6,97 millones y el controversial actor Charlie Sheen (@charliesheen), despedido recientemente de la serie televisiva "Two and A Half Men", con 3,47 millones.

En la actualidad, hay una nueva tendencia que seguramente seduce a los famosos para entrar en el mundo Twitter. Algo conocido como "micro endorsement" (en otras palabras, la recomendación sponsoreada de un producto por un famoso a través de las redes de microblogging). La agencia <u>ADLY</u> en Estados Unidos es una de las empresas más exitosas y con mayor crecimiento utilizando esta especie de forma de marketing. Según lo publicado por la revista Business Week, esta firma tiene poco más de 150 marcas registradas

que utilizan este sistema y más de 1000 artistas que sponsorean dichas marcas mediante este sistema.

¿Qué pasa entonces cuando Elizabeth Hurley (@elizabethhurley) [143,290 seguidores] incluye en su Twitter no menos de diez comentarios sobre lo divinos que son los productos de belleza de Estee Lauder (@esteebeauty)? La modelo y actriz es la cara visible de la compañía desde hace 17 años, así que no sorprende que sume este canal a su plan promocional.

¿Cómo tomar entonces el comentario de Lily Allen (@lilyroseallen) [2'944,333 seguidores], que dice con alegría y excitación en su timeline que recibió una Sony Playstation (@sonyplaystation) en su casa? ('Apparently there is a brand new Playstation Move waiting for me at my office in the morning. Tres exciting.'). La misma "alegría" le provocó la llegada de un vodka Grey Goose (@thegooseinsider).

El tema se extiende a otros rubros de famosos y así aparecen comentarios como los del diseñador de moda Henry Holland (@henryholland) [179,690 seguidores] que comenta en su Twitter: "No puedo esperar para tener mi nuevo Range Rover (@rangerover_uk)". Justamente, desde la compañía de autos <u>Land Rover</u> destacaron que tenían un esquema de entregar el auto a ciertas celebridades, para que comenten sus experiencias de manejo a través de redes sociales. La consigna es "tuiteen sobre el auto, tuiteen sobre marcas".

Y esta misma metodología de promoción ya está presente en Latinoamérica, veamos el mercado argentino, donde otra automotriz (Ford / @ford) optó por un esquema similar, en este caso contratando a un joven tuitero Nacho Bottinelli (@nachobottinelli) que acumula más de 110,000 seguidores. La consigna fue manejar un Ford Fiesta y relatarlo a través de Twitter y otras redes sociales.

Algo similar ocurre con el Twitter de Ronnie Arias que, a veces está al servicio de las marcas, que lo sponsorean como <u>Adidas</u> (@shopadidas). Así podemos ver el hashtag #Micoach Adidas donde el artista y animador da cuenta de su entrenamiento al ritmo de "las tres tiras".

Algunas marcas como <u>Rexona</u> (@rexonamenarg) aprovecharon la fama repentina de algunos personajes, como la Mole Moli (del programa ShowMatch de Marcelo Tinelli), y armaron cuentas Twitter con su aval.

<u>Sony</u> (@sony) es otra de las que enlistan en esta vorágine de los 140 caracteres y también se destaca <u>3M</u> (@3mnews), que pagó USD 100,000.00 para publicitar su nuevo proyector digital en Twitter (@3mpocktprojectr).

Algunas celebridades con millones de seguidores pueden cotizar sus tweets individuales a no menos de USD 10,000.00. Como en el caso de Snoop Dogg (@snoopdogg) que puede ganar USD 4,300.00 por tweet mediante el micro endorsement. Otro caso a destacar de celebridades, es el de Kim Kardashian (@kimkardashian) que se estima cobra

hasta USD 25,000.00 por mencionar una compañía o producto en su Twitter, que cuenta con 6 millones de seguidores.

A consecuencia de todo esto, las agencias están ofreciendo un "paquete promocional 2.0 de celebrities" (celebrity bundle) que facilita la publicidad de una marca a través de un circuito de redes sociales que, obviamente, toma en cuenta Twitter pero también la fan page de Facebook y otras opciones.

Existen también muchos casos de éxito de empresas que han conseguido que Twitter sea, no solo un nuevo canal para estar en contacto directo con sus clientes y potenciales clientes, sino además un nuevo medio por el que aumentar la facturación de la empresa. Uno de los casos más asombrosos es el del fabricante de ordenadores Dell (@DellOutlet).

Inicialmente comenzaron a utilizar la cuenta de Twitter como un canal de una sola dirección, en donde publicaban ofertas especiales. Enseguida se sorprendieron al ver la cantidad de gente que quería contactar con ellos, realizar preguntas o compartir sus experiencias, ya fueran buenas o malas. Es cuando se dieron cuenta del gran potencial que tenía Twitter como un lugar en donde poder interactuar con sus clientes.

Cuando comenzaron a responder a las preguntas y a interactuar con sus seguidores, éstos quedaron emocionados, lo que hizo que ganaran muchos más seguidores. La experiencia ha sido tan buena, que la empresa ha creado hasta 80 cuentas diferentes dedicadas a diferentes departamentos y diferentes zonas geográficas. Pueden verse todas las cuentas de Twitter dentro de la web de la empresa http://www.dell.com/Twitter.

Esto no sólo le ha valido a Dell para fortalecer su marca y ganar fans en todo el mundo, además le ha supuesto un aumento en la facturación.

Concretamente, solo a través de las ofertas publicadas en Twitter, han facturado más de USD 3'000,000.00.

Para finalizar, vamos con un GURU. Un caso muy especial es el de Ravi Singh (@CampaignGuru),"el hombre del turbante", famoso por su éxito en múltiples campañas políticas en diversas partes del mundo, incluida la del actual mandatario colombiano Juan Manuel Santos.

Con 37 años de edad de nacionalidad estadounidense, pero de raíces hindúes, de religión SIJ, y un turbante que lo hace inconfundible, Ravi Singh se ha convertido en el gurú de las estrategias online para elecciones políticas (utilizando Twitter, Facebook, Youtube y publicidad en Google como sus herramientas).

Con su compañía <u>Election Mall</u> ha participado durante la última década en cerca de 1,800 campañas en todo el mundo, entre ellas las de Bush, McCain, Obama, y la de Juan Manuel Santos en Colombia.

2. ¿Qué es Twitter?

2.1 La idea

Twitter es una empresa que nació de manera casi accidental, tras ver la herramienta que los empleados de Odeo habían creado, inspirada en los sms (mensajes de texto) de los teléfonos celulares de hasta 140 caracteres, para simplemente saber dónde estaba y qué estaba haciendo cada empleado y poder agendar reuniones.

Posteriormente, la herramienta creció con la idea de que aquello debía servir para algo y tener una viabilidad económica, sin saber exactamente cuál sería el modelo para ésta.

2.2 Su desarrollo

Gracias al acelerado desarrollo que ha sufrido Twitter durante estos 5 años, actualmente es una empresa que forma parte de la vida cotidiana de cada vez más gente con su servicio. Cuenta con más de 370 empleados (que aumentan con la contratación cada semana de nuevo personal) y cuya sede queda en San Francisco, California, pero con oficinas en New York, Chicago,

Los Ángeles y Washington. Y tanto es cierto esto de que Twitter es un medio de comunicación ineludible, que ha sido actor destacado y hasta principal en el contexto de una catástrofe natural, como la del Tsunami de Japón (2011) o hechos relevantes como la de los mineros de Chile (2010) o en el de los movimientos masivos capaces de estremecer el régimen de Teherán o de derribar a los presidentes de Túnez y Egipto, Zine El Abidibi Ben Alí y Hosni Mubarak.

2.3 Twitter hoy en día

Actualmente en lo referente a lo financiero, este sitio web ha privilegiado el crecimiento y la notoriedad a los ingresos, por lo que aún no registra beneficios, si bien desde hace un año tiene ganancias por publicidad a través de mensajes patrocinados. En palabras del propio Biz Stone, al preguntársele sobre como manejan la presión de ser una empresa rentable, dice: "nuestro truco desde el principio ha sido el valor antes de los beneficios". Para finalizar, sentencia Biz Stone: "probamos que Twitter es una interesante red de comunicación e información mundial, pero acabamos de demostrar que puede ser verdaderamente un buen negocio (con los mensajes y las cuentas patrocinadas)".

Apuntando hacia lo comercial, desde hace más de 5 meses el administrador Dick Costolo está a cargo de Twitter. Los 3 cofundadores tienen hoy en día un rol distinto, pues cumplen el papel de estrategas, inspiradores o asesores.

2.4 Inversión, recursos y valor en el mercado

Según estimaciones del Wall Street Journal, Twitter se cotizaría hoy en día en USD 10,000'000,000.00 (diez mil millones de dólares).

Twitter podría obtener ingresos publicitarios de USD 150'000,000.00 (ciento cincuenta millones de dólares) en el 2011, tras los USD 45'000,000.00 (cuarenta y cinco millones de dólares) que alcanzó en 2010, según un estudio publicado por la firma eMarketer. En cambio, para el año 2012, los ingresos podrían alcanzar los USD 250'000,000.00 (doscientos cincuenta millones de dólares).

Tras cinco años de vida, Twitter se ha convertido ya en el tercer servicio de red social más popular de internet, solo por detrás de Facebook y la plataforma Windows Live Profile. En agosto del 2010, Twitter tuvo cerca de 96'000,000.00 (noventa y seis millones) de visitas únicas, un 76% más que en el mismo período de 2009, mientras que MySpace perdió un 17% de usuarios y se quedó en 95'000,000.00 de visitantes.

3. Tú en 140 caracteres

3.1 Vocabulario tuitero

<u>Avatar</u>: Es la imagen de cada usuario. Acompaña a cada uno de nuestros tuits y nos representa en Twitter. Se trata de una imagen cuadrada de pequeño tamaño que no puede ser ofensiva en manera alguna ni violar ningún tipo de derechos de autor.

<u>Timeline</u>: Básicamente es la página donde se muestran los tuits que tú escribes y los de los usuarios a los que sigues. Es el centro neurológico de tu actividad en Twitter desde la web, donde recibirás los tuits de los usuarios a los que sigas y el lugar adecuado desde el que hacer los RTs.

Block (bloquear): Es el acto de evitar que un usuario pueda ser tu seguidor, tampoco aparecerán tus tuits en su timeline y no aparecerás en su lista de Followings. Al bloquear a un usuario, éste prácticamente desaparecerá para ti. Utiliza el enlace que aparece en la sidebar en la visión del perfil del usuario para acceder al panel de Bloqueo.

Puedes desbloquear a cualquier usuario bloqueado anteriormente visitando su perfil y pulsando sobre "unblock".

<u>To Tweet o Tuitear</u>: Es cuando envías un mensaje o actualización a través de Twitter.

Tweet o Tuit: Es un mensaje o actualización de Twitter.

<u>To Follow o Seguir</u>: Es cuando te suscribes a las actualizaciones de algún usuario dentro de Twitter.

<u>To Unfollow o dejar de Seguir</u>: Acto contrario a Follow, es decir, se deja de seguir a un usuario en Twitter. Sus tuits no aparecerán más en tu timeline.

Favorites: Son los tuits que cada usuario considera mejores y de especial interés. Puedes marcar tus favoritos pulsando sobre la estrella que aparece en la parte superior derecha de cada tuit. Para acceder a todos los favoritos almacenados, bien los propios o los de otro usuario, lo hacemos desde la sidebar.

<u>Followers o seguidores</u>: Es cada uno de los usuarios que te sigue en Twitter. Cada vez que tu "tuitees" algo, aparecerá en su timeline y podrán leerlo. La cuenta de los usuarios que te siguen se lleva desde

la sidebar, y su número dependerá de la cantidad de amigos que tengas en Twitter, tu frecuencia de actualización, y sobre todo, de lo interesantes que sean tus tuits.

Following o siguiendo: Son los usuarios que tú sigues en Twitter.

Cada vez que cualquiera de ellos publique algo aparecerá en tu

timeline y podrás leerlo siempre y cuando no te haya "bloqueado".

Menciones: Son cada uno de los tuits en los que se incluye (menciona) tu nombre de usuario. Podrás estar al tanto de quién te nombra y quien no haciendo clic en tu nombre de usuario en la sidebar. Es importante no confundir menciones con Replies, ya que en el segundo caso, se refiere a aquellos tuits que comienzan con @Nombreusuario. Todas las replies son menciones, pero NO todas las menciones son replies.

@Reply: Es un mensaje enviado a otro usuario de forma pública.

<u>Direct Message (DM) o Mensaje Directo</u>: Es un mensaje enviado a otro usuario de forma privada.

Retweet (RT): Es cuando repites el tweet de otro usuario porque consideras que tiene valor para tus seguidores incluyendo su nombre de usuario como muestra de respeto.

<u>Urls cortos</u>: El uso intensivo de Twitter por las masas y su limitación de 140 caracteres, ha hecho que el número de letras en cada tuit sean cada vez más mirado con lupa, y como una de las actividades más populares de Twitter es compartir enlaces, de ahí que nacieran servicios como los acortadores de URL como TinyURL que fue uno de los primeros o Tr.im (servicio cerrado y reabierto), fon.gs, Bit.ly entre otros y recientemente el más corto de todos j.mp.

Y claro, cualquiera de ellos usa su propio dominio más un 'id' (identificador) normalmente formado por un conjunto de letras y números aleatorios que añadido al dominio principal conforman la url definitiva (y corta) a compartir.

#: Este símbolo identifica a un Hashtag o Tema del momento. Habrás visto en muchos Tuits palabras precedidas por el símbolo numeral (#), esto permite agrupar o categorizar temas para que sean fácilmente encontrados y seguidos por la comunidad Tuitera. De esta manera si hoy existe un hecho sobresaliente como por ejemplo la final del torneo de Tenis RolandGarros, seguramente encontrarás mucha información con el hashtag #RolandGarros.

<u>El #FollowFriday o #FF</u>: es un "hashtag" o "Tema del momento" en Twitter que se ha convertido en una costumbre de cada Viernes para la mayoría de los usuarios. Esta costumbre se caracteriza porque al utilizar la clave #FollowFriday o #FF en un tuit damos a entender a

nuestros seguidores que recomendamos seguir los usuarios incluidos en el mismo tuit. Se trata de una costumbre iniciada en Enero de 2009 por Micah Baldwin (@micah). Al parecer la idea gustó al mundode Twitter y a partir de de ese entonces se convirtió en una costumbre de cada viernes.

Para recomendar con #FollowFriday, tan sólo incluye #FollowFriday en un tweet junto al nombre del usuario a recomendar y ya habrás hecho tu primer #FollowFriday. La fórmula más extendida consiste en empezar el tuit con #FF e ir añadiendo (copia y pega) varios nombres de usuarios para recomendar.

Criterios:

Depende de tu apreciación personal. Recomienda al usuario con quien más tuitees o al que aporta mejor contenido, al poeta o al más radical, al que hace más <u>RTs</u> o al que nunca los hace.

Cómo hacer un #FollowFriday: A tu manera, déjate llevar. Hay usuarios que prefieren utilizar la fórmula que antes comentabamos, añadiendo en un mismo tweet varios usuarios y así hacer un #FollowFriday colectivo, sin embargo otros prefieren añadir información sobre el usuario que recomiendan o alguna observación simpática, otorgando un valor añadido al gesto de la recomendación.

Variantes (¿Versión Española?):

Muchos usuarios de habla española en Twitter llevan desde hace meses intentando "sustituir" el término #FollowFriday por otros como #recomendados en un intento de traducir el concepto. La mecánica es la misma y las razones idénticas, puedes recomendar usuarios con esta fórmula de igual manera que con el #FollowFriday.

Aunque no está muy extendido su uso aún, en tus manos queda el utilizar una u otra etiqueta. Otra similar sería #FollowFridayES.

Utilizar las listas:

Cuando tratamos las listas en Twitter en esta misma guía Twitter ya comentamos la posibilidad de que muchos usuarios trasladasen sus #FollowFridays a una nueva lista de usuarios recomendados que iría variando cada viernes, adjuntando a cada lista una descripción. Aunque estos dos últimos sistemas han sido adoptados por algunos usuarios no cabe duda de que aún sigue siendo masiva la utilización de la etiqueta #FF para recomendar, cada viernes, a otros usuarios que tú sigues.

3.2 Registro

3.2.1 Pasos a seguir

Registrarse

El primer paso de todos es registrarse en la aplicación. Antes de esto, debemos pensar si queremos crear una cuenta personal, o una cuenta para una empresa, ya que los objetivos de estos 2 tipos de cuentas varían un poco: Cuenta de empresa: Representa a una empresa al completo. Este tipo de cuentas se suele usar para:

- Mantener informados a tus clientes de tus eventos
- Promocionar artículos del blog o noticias importantes
- Informar de nuevas versiones de productos o servicios
- Hacer ofertas o promociones
- Dar información en tiempo real en eventos o conferencias

Cuenta personal: Representa a un solo individuo, o a un empleado de una empresa. Esta cuenta tiene un carácter totalmente personal, y en este caso puede utilizarse para lo que a uno más le apetezca:

- Mantener informados a tus contactos de lo que haces o en lo que estás trabajando
- Compartir contenido de interés
- Establecer nuevas conexiones y hacer networking
- Actuar como una voz más cercana y personal de tu empresa
- Y mucho más...

Para conseguir tu cuenta de Twitter debes ir a http://twitter.com y pulsa el botón "Sign up now"



Página inicial de bienvenida de Twitter.

Cuando hacemos click en este botón, nos llevará a la pantalla en donde elegirás tu nombre de usuario y contraseña. Aunque no lo creas, éste es un paso muy importante, ya que el nombre de usuario será la manera en que serás conocido en Twitter, y la manera en que otros usuarios te harán referencia. Piensa en tu usuario de Twitter como tu marca personal.

Cuanto más corto sea, mejor. Cuando elijas el usuario ten en cuenta lo siguiente:

• Utiliza tu nombre real

- Utiliza una variación de tu nombre
- Utiliza una palabra que te represente a ti o a tu empresa o una mezcla de ambos.



Captura de la pantalla de registro de los datos del usuario.

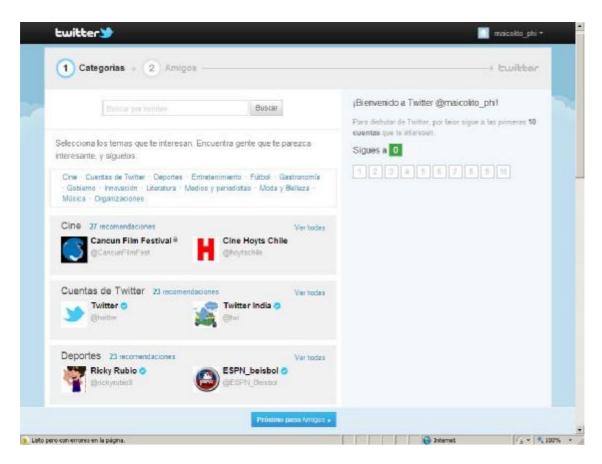
Haciendo tu usuario de Twitter lo más parecido posible a tu nombre conseguirás que la gente pueda reconocerte más fácilmente en conferencias o eventos, además de una mayor credibilidad cuando alguien revise tu perfil. Algunas cosas que deberías evitar al elegir tu nombre de usuario:

 No utilices un nombre totalmente aleatorio. Estarás perdiendo una buenísima oportunidad de crear tu marca personal o la de tu empresa y hacerle marketing.

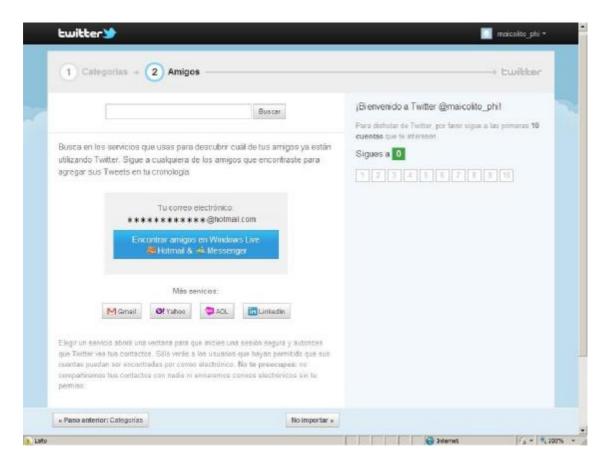
- No utilices números (roberto789). Si no es porque los números tienen una razón específica de ser, no los utilices.
- No utilices un guión bajo en el nombre (john_marketing).

Principalmente porque hará más difícil recordar tu nombre de usuario a otras personas.

Una vez seleccionado tu nombre de usuario y contraseña Twitter te da la posibilidad de que encuentres a otros usuarios de Twitter dentro de tu lista de contactos de Gmail, Yahoo o Aol. Ésta puede ser una buena manera de empezar a encontrar gente a la que seguir. Si no te interesa puedes saltarte este paso.



Captura de la pantalla de recomendaciones de categorías de temas para seguir (paso 1).



Captura de la pantalla de recomendaciones de amigos para seguir (paso 2).

Por último Twitter te sugiere algunos de sus usuarios más seguidos como Oprah, Ashton Kutcher, Britney Spears, Al Gore, Dell, Lance Armstrong, para que los sigas tú también. Este también es un paso totalmente opcional, por lo que si no te interesa puedes saltártelo y acceder directamente a tu cuenta.

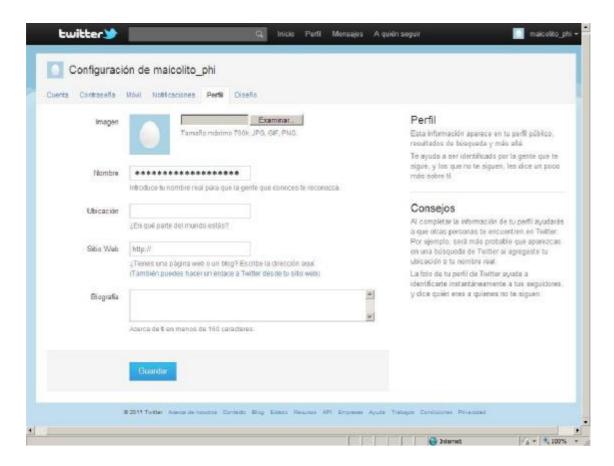
3.2.2 Mi información

Completa la información de tu perfil

Una vez que tienes tu cuenta creada, debes personalizarla. Es muy importante que personalices tu perfil de Twitter antes de empezar a

interactuar con otros usuarios. Antes de que introduzcas la información, tu cuenta está totalmente vacía y tiene un aspecto muy aburrido. Si comienzas a seguir a otros usuarios con una cuenta sin ninguna personalización, es muy probable que ellos no te sigan a ti, o incluso que te confundan con un spammer (individuos o empresas que envían correo no deseado).

En tu perfil es donde puedes hablar de tu empresa, de tu blog, de tus intereses y aficiones, y es lo primero que leerán los otros usuarios de Twitter para decidir si te siguen o no, de ahí su vital importancia. Para comenzar a personalizar tu cuenta debes ir a la sección de "settings" en la esquina de arriba a la derecha.



Captura de pantalla de configuración de perfil.

El primer dato en la información de tu perfil es tu nombre, que evidentemente siempre recomiendo que sea tu verdadero nombre. En un evento seminario no te presentarías con un nombre falso ¿no? En Twitter no debería de ser diferente.

En el campo "sitio web" siempre debes incluir un link:

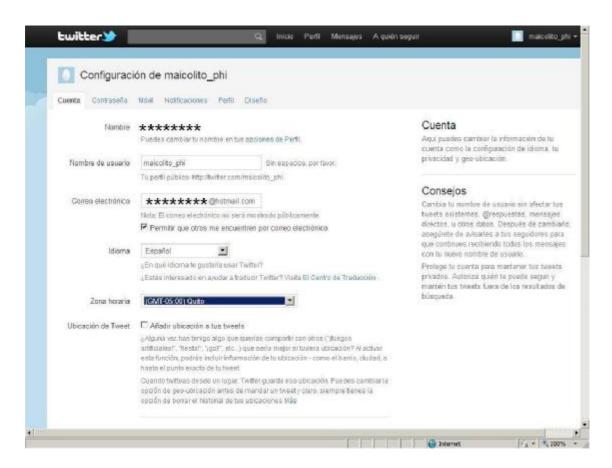
- La web de tu empresa
- Tu blog
- Tu página personal
- Perfil de LinkedIn
- Perfil de Facebook

En el campo "biografía" sé lo más descriptivo posible (ya que son sólo 160 caracteres), ya que esta será tu carta de presentación para el resto de usuarios de Twitter, tu oportunidad de convencerlos para que te sigan. Puedes incluir cosas como:

- Tu empresa
- Tu puesto de trabajo
- Tus hobbies o aficiones
- Tus intereses
- Tu especialización
- Tus proyectos

Asegúrate de introducir también tu localización, ya que muchos usuarios de Twitter siguen a aquellos que pertenecen a su zona geográfica, con el objetivo de expandir su red de contactos local, y no deberías dejar pasar esta oportunidad de hacer networking.

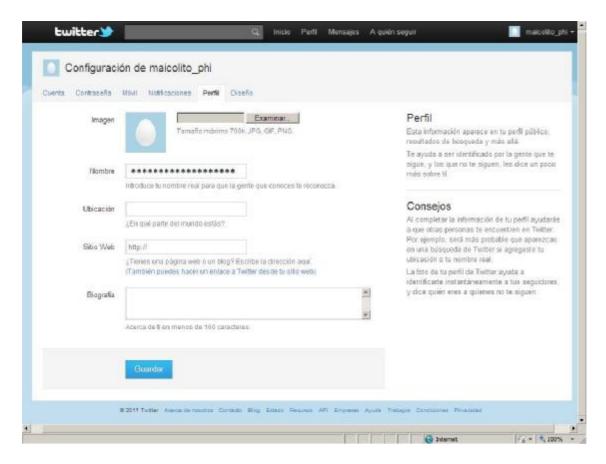
La última opción te permite proteger tus actualizaciones. Haciendo clic en este check-box harás que tus mensajes sean privados, y sólo tus seguidores puedan leerlos. Esto hará que por cada usuario que quiera seguirte, tú recibirás un mensaje para aprobar si le permites ser tu seguidor o no. Personalmente no recomiendo marcar esta opción, ya que la mayoría de los usuarios de Twitter te encontrarán y decidirán seguirte basándose en el tipo de mensajes que publicas, y si no pueden verlos, estarás perdiendo la mayoría de tus posibilidades de incrementar tu lista de seguidores.



Captura de pantalla de configuración de cuenta.

3.2.3 El ícono o avatar

Una vez que ya has completado toda esta información, es el momento de quitar la imagen que Twitter te pone por defecto, y añadir una buena foto tuya o una imagen que te represente, o un logo, en caso de que se trate de la cuenta de una empresa.

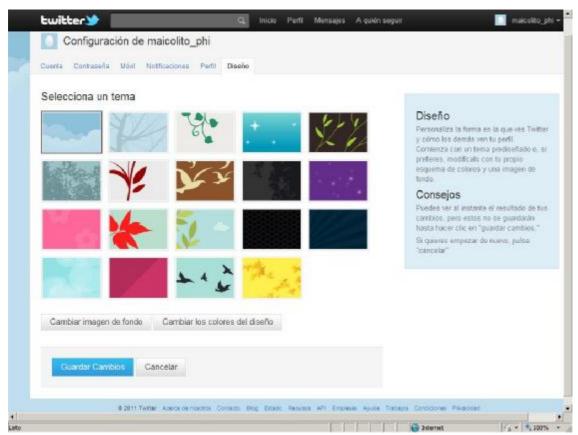


Captura de pantalla de configuración de perfil (en donde se selecciona la imagen que servirá como avatar).

Por último, puedes personalizar totalmente la imagen y aspecto que tiene tu perfil de Twitter. Aunque no es algo fundamental, puede ser una manera de diferenciarse del 90% de los usuarios que nunca cambian la imagen de fondo de su perfil. En el caso de las cuentas para empresas, incorporar la imagen corporativa es importante para promocionar la imagen de marca.

Si las imágenes que ofrece Twitter por defecto no te gustan, existen muchos sitios webs en las que puedes descargar imágenes de fondo que quizá se adapten mejor a lo quieres. Algunas de las más populares son:

- http://www.twitterbackgrounds.com/
- http://www.twitbacks.com/
- http://twitrounds.com/
- http://www.twitter-images.com/



Captura de configuración del diseño de la cuenta.

Comienza a Tuitear

Antes de comenzar a seguir a otros usuarios, te recomendamos que introduzcas unos cuantos mensajes primero, de manera que luego otros usuarios puedan tener una mejor idea de qué tipo de contenido o mensajes pueden esperar de ti. ¿Qué puedes tuitear? aquí tienes algunas sugerencias de tipos de tuits:

Una observación: Tuitea sobre lo que estás haciendo, pensando o sintiendo, siempre manteniendo tu línea informativa.

Lo que estás leyendo: Tuitea sobre un post de un blog que estás leyendo o sobre alguna noticia.

Lo que estás viendo: Tuitea sobre el video que estás viendo en YouTube u otra web.

Eventos a los que acudirás: Comparte a qué eventos piensas acudir en los próximos días.

Promociona tu contenido: Publica un enlace hacia tu último post o el último post del blog de tu empresa.

Promociona el contenido de otras personas: Publica enlaces a posts de otros blogs que puedan ser de interés para tus seguidores.

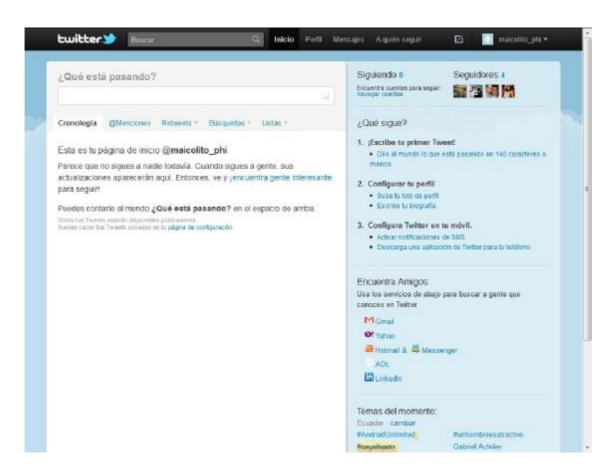
Inicia conversaciones con otros usuarios: Envía mensajes públicos a otros usuarios.

Retuitea lo que alguien haya dicho: Utiliza las letras RT para repetir lo que otra persona ha dicho.

Recuerda que todo lo que escribas será público, por lo que no es recomendable que digas cosas que no dirías en un evento de networking o en tu propio blog.

3.3 Como utilizarlo

3.3.1 La Interface



Captura ventana pestaña inicio

En esta pestaña de Inicio, como podemos darnos cuenta, hay una barra en cuya parte superior que dice: ¿Qué está pasando?, en esa parte se escribe lo

que se desea tuitear. Debajo de esta, hay 5 pestañas, la que dice cronología es el registro de los tuits realizados en orden cronológico. La siguiente pestaña que dice @menciones, nos muestra los tuits en los cuales nos citan. En la siguiente pestaña, que dice retweets, no muestra los retweets propios, los retweets de otros, y los tweets propios retwitteados. En la siguiente, que dice búsquedas, como su nombre lo indica, es el registro de nuestras búsquedas. En la última ventana, que se llama listas, son las listas de tuiteros elaboradas por nosotros mismos o elaboradas por otros, en los que aparecemos.

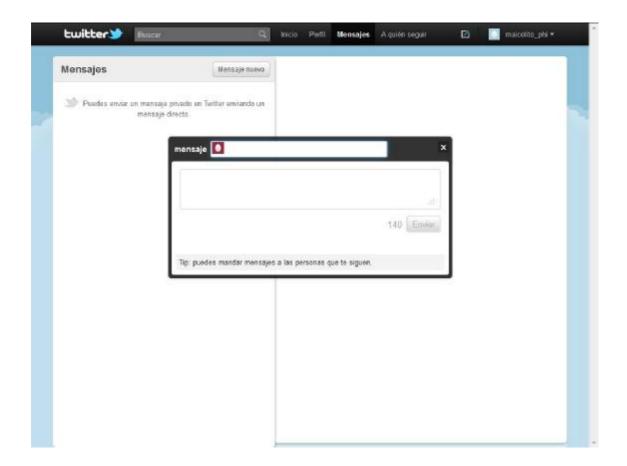
A mano derecha, en la parte posterior, está indicado a quién sigues y quién te sigue. En la franja derecha en la parte inferior hay un título que tiene enlaces a los temas del momento, que son muy útiles para poder escribir tuits interesantes sobre temas actuales.

Para finalizar, en la parte superior derecha, donde aparece el nombre del usuario y la foto del perfil en tamaño miniatura, haciendo clic ahí, se despliegan 4 opciones, una que dice configuración, que tiene 6 items: cuenta / contraseña / móvil / notificaciones / perfil / diseño. En estos 6 items se puede cambiar toda la información referente al usuario. La otra que dice ayuda, que es ayuda técnica que proporciona Twitter. El otro que dice cambiar al twitter antiguo, que cambia automáticamente la interfaz del sitio al diseño anterior. Y finalmente, el cuarto dice cerrar sesión, que sirve para salir de la sesión de Twitter.



Captura ventana pestaña perfil

En esta pestaña aparece la foto del usuario, el nombre del usuario, una mini biografía escrita por el usuario (acerca de ti) aparte de los tweets realizados, los usuarios que tú sigues (siguiendo), los usuarios que te siguen (seguidores) y las listas (creadas por ti).



Captura ventana pestaña mensajes

En esta sección puedes enviar mensajes directos a tus seguidores o responder los mensajes que te envían.



Captura ventana pestaña a quién seguir

En esta sección, más que nada aparecen las recomendaciones generadas por el mismo twitter de a quien seguir. En la parte que dice navegar cuentas twitter te sugiere gente que podría parecerte interesante para seguir en base a temas sugeridos. Y en la parte que dice encuentra amigos te sirve básicamente para buscar amigos que ya están en Twitter de acuerdo a sus proveedores de correo electrónico.

Cabe mencionar, que en la parte derecha también te indica los perfiles que haz visitado recientemente.



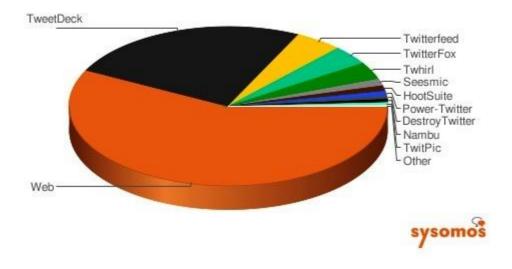
Captura ventana perfil de seguidores

Para finalizar, es interesante mencionar que al momento de hacer clic en el tuit o retuit de un seguidor tuyo, se despliega automáticamente el perfil de dicho seguidor.

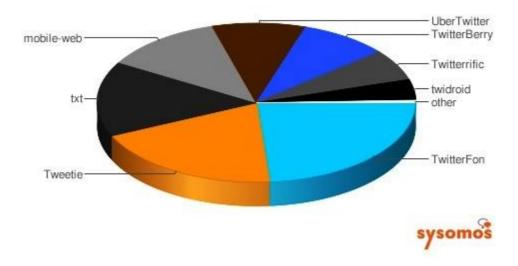
3.3.2 Desde mi PC o desde mi Móvil

A continuación, entraremos en detalle comparando 2 estudios hechos en distintas fechas, uno fue hecho por Sysomos, una compañía especializada en estudios de mercado de medios sociales (social media) y el otro fue hecho por el mismo Twitter.

Market Share of Publishing Tools

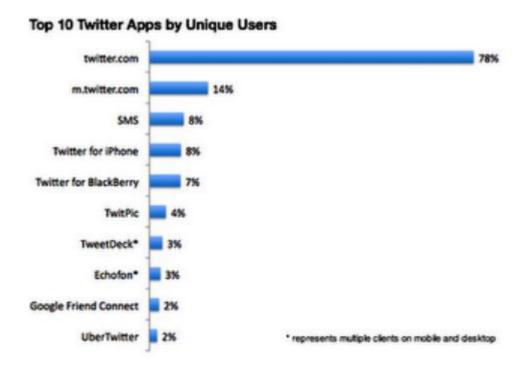


Market Share of Mobile Publishing Tools



Tweeting client	Percentage market share
web	45.70
TweetDeck	19.70
TwitterFon	4.50
twitterfeed	3.80
Tweetie	3.70
TwitterFox	3.10
txt	2.90
twhirl	2.80
mobile-web	2.30
UberTwitter	1.80
TwitterBerry	1.70
Twitterrific	1.20
Seesmic-Desktop	1.10
HootSuite	0.90
twidroid	0.80
Power-Twitter	0.80
DestroyTwitter	0.50
TwitPic	0.50
Nambu	0.50
Twittelator	0.40
Tween	0.40
TwitterGadget	0.30
Tweetbots	0.30
Blip_fm	0.30
TinyTwitter	0.20
Source: sysomos.com	sysomos

Estudio realizado Junio 2009 por la compañía Sysomos (<u>www.sysomos.com</u> / @sysomos) (participación de mercado de tweets enviados desde twitter y aplicaciones para twitter para pc y para móviles)



Estudio realizado por Twitter en Agosto de 2010 (http://blog.es.twitter.com/2010/09/la-evolucion-de-nuestro-ecosistema.html)

Participación de mercado de tweets enviados desde twitter y aplicaciones para twitter para pc y para móviles.

A lo que nos lleva como conclusión la comparación de dichos estudios es que si bien la mayoría de los usuarios aún realizan los tuits desde la página web propia de Twitter, el resto de la participación de mercado se las reparten las aplicaciones de twitter para pc y las aplicaciones twitter para móviles, en especial por el lado de las aplicaciones para móviles, la página web de twitter versión para móviles (m.twitter.com) y twitter para blackberry y twitter para iphone; y por el lado de las aplicaciones de twitter para pc, destacan tweetdeck y twitterfeed.

Mencionaremos las aplicaciones más importantes para pc y móviles. Sin embargo, cabe resaltar que cada día aparecen muchas más. Estas son las más importantes del momento.

3.3.3 Otras Herramientas

Existen para Twitter aplicaciones que son herramientas de productividad, herramientas estadísticas y herramientas de búsqueda, además del caso de las aplicaciones basadas en Adobe Air. Sin olvidar mencionar las aplicaciones twitter para móviles. Existen otras que son plug-ins para Mozilla Firefox y plug-ins para Wordpress (blog).

Herramientas de Productividad

TwitterCal

Twittercal es un servicio que conecta tu cuenta de Twitter a Google Calendar y te permite añadir eventos fácilmente, directamente desde tu cuenta de Twitter.



TwitPay

TwitPay es una manera sencilla de enviar pagos a través de Twitter



Twibs

Encontrar, seguir e interactuar con las empresas, aplicaciones y servicios en Twitter.



Twittermail

Los usuarios pueden escribir en su cuenta de Twitter, enviando un mensaje a su propia dirección de correo electrónico.



Twitzu

Promover tu negocio, ofertas especiales, promociones y eventos con Twitzu.



Twuffer

Twuffer permite que el usuario de Twitter pueda componer una lista de tuits y programar su publicación automática.



Tweetlater

Permite programar tuits automáticos.



GroupTweet

Envía mensajes privados Twitter a determinados grupos de amigos.



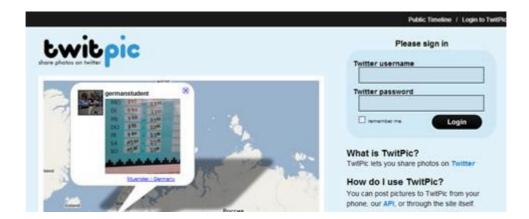
Twitter Alerts

Mantenga un registro de las conversaciones de tus cuentas Twitter cada hora a través de actualizaciones por correo electrónico.



TwitPic

TwitPic te permite compartir fotos en Twitter. Puedes enviar imágenes a TwitPic desde el teléfono, la página de inicio TwitPic o tu cuenta de Twitter.



Tu Karma en Twitter

Si necesitas una página que ordene a tus Followers y los clasifique por tipo... este es tu sitio.



Mr. Tweet

Un asistente de creación de redes personales para Twitter, ayuda a identificar tus followers relevantes, mostrando a otros usuarios las estadísticas de tu Twitter.



Remember the Milk

Remember The Milk realiza un seguimiento de tus tareas. Basta con añadir Remember The Milk como tu amigo, y podrás añadir e interactuar con tus tareas a través de mensajes directos y obtener recordatorios también.



StrawPoll

StrawPoll es la mejor forma de saber las opiniones de la gente en Twitter. Con esta aplicación, puedes crear tu propia encuesta.



Twiddict

Si Twitter presenta problemas de carga y empieza a sentir los síntomas de saturación, puedes tirar de este servicio para continuar su uso. Twiddict asegura que todos tus tuits irán al lugar adecuado.



Twitter Friends Network Browser

Echa un vistazo a tus amigos a través de Twitter, los amigos de tus amigos, los amigos de los amigos de tus amigos.



Twitterfeed

Publica tu feed RSS para Twitter de forma automática.



Twitturly

Twitturly es un servicio para hacer seguimiento de las URL que la gente está comentando.



Twittonary

El Diccionario de Twitter, alias "Twittonary", ofrece explicaciones de Twitter de varios aspectos relacionados con las palabras.



TwtQpon

Mejora tu "Social Media Marketing", ofreciendo cupones de descuento a la esfera de Twitter! (Para compras USA)



Twenglish

Traductor Twitter: Simplemente escribe tu Tweet, y twenglish te traduce el tweet.



Twitter Translator: Simply type your tweet in below and twenglish will twanslate your tweet for you. Now copy / Paste into Twitter.

Twtcard

Enviar una tarjeta de felicitación, un mensaje sorpresa o una invitación en Twitter.



Tweet What You Spend

Para hacer seguimiento de nuestras transacciones monetarias vía Tweeter.



Twittertise

Twittertise le permite hacer publicidad en Twitter y realizar el seguimiento del éxito de nuestra campaña de marketing con los clientes.



TwitWall

Con TwitWall, puedes incrustar sus vídeos favoritos y widgets y subir tus fotos, música MP3, podcasts... lo que sea!



UnTweeps

Deja de seguir a quienes no han publicado recientemente tuits.



TwitRand();

Seleccione un seguidor de Twitter al azar, un amigo o retweeter.



TwitBlocker

Si te sientes abrumado por tuits de un usuario constante de Twitter, puedes hacerlo callar con un solo clic.



Twitterless

Te indica quién ha dejado de seguirte y te proporciona historial en gráficas e información y estadísticas nuestras y de nuestros followers.



Twonvert

Con Twonvert, puedes convertir fácilmente tus tuits en el lenguaje abreviado de SMS y decir más con menos caracteres (solo inglés hasta el momento).



Postica

Permite crear una nota adhesiva para tus tuits.



Twi8r

Traducir de Inglés a la taquigrafía mensaje de texto y viceversa (solo inglés por el momento).



Aplicaciones estadísticas para Twitter

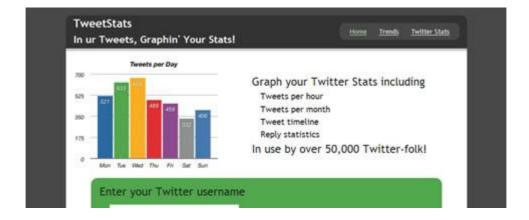
Twitterholic.com

Este sitio web se actualiza constantemente para que puedas encontrar a los usuarios más populares de Twitter. ¿Quieres estar en la lista?.



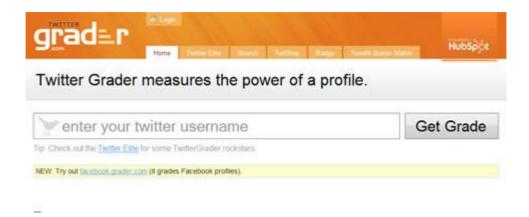
TweetStats

Una aplicación que sigue tu número de tuits por hora y por mes. Básicamente, crea un gráfico basado en tus tuits.



Twitter Grader

Twitter Grader mide la potencia de tu perfil de Twitter. ¿Qué rango tienes?



TwInfluence

Similar a Twitter Grader, twInfluence te permite calcular tu influencia indirecta y la de tus seguidores en Twitter.



TwitterCounter

Una minuciosa aplicación web de análisis.



TweetVolume

Introduce las palabras clave o una frase y ver con qué frecuencia aparece en Twitter.



Trendistic

Ver las tendencias en Twitter; averiguar lo que está caliente y lo que dice la gente sobre el tema.



TweetRush

TweetRush proporciona estadísticas sobre el uso de Twitter en un período de tiempo.



Tweetwasters

¿Cuanto tiempo pasas en Twitter? ¿Estás perdiendo el tiempo?



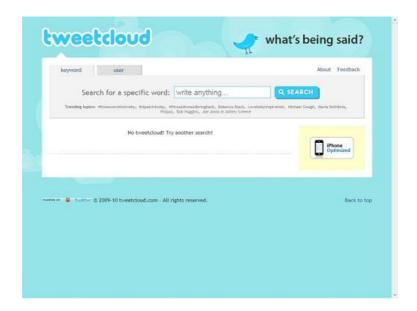
Tuits Cercanos

¿Quién es tuitero cerca tuyo? Esta aplicación te ayuda a conectar con ellos.



Tweet Cloud

Ve tus tuits como una nube de palabras.



My Tweeple

Mejor organización de amigos y followers.



Foamee

Mantente al tanto de quién y cuántos tragos se deben.



Twickie

Archiva y organiza las respuestas de Twitter.



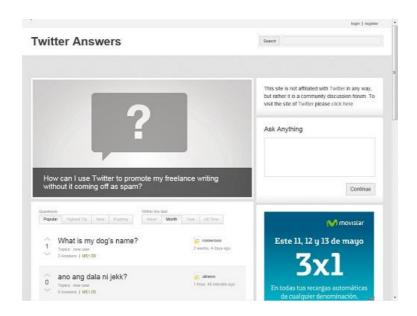
Twitt Poll

Crea encuestas para saber la opinión de tu gente en Twitter sobre distintos temas.



Twitter Answers

Envía preguntas al Twitterverso para obtener respuestas y opiniones de tus followers.



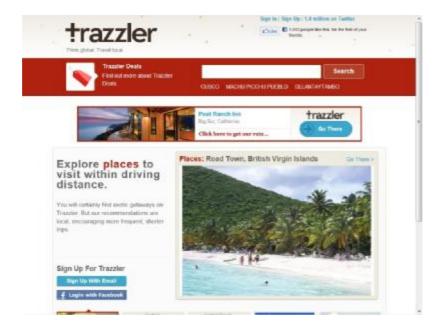
Twitter Snipe

Para seguir automáticamente a usuarios de acuerdo a tu grupo.



Trazzler Buzz

Para buscar arreglos comerciales, noticias de viaje, museos, música y más.



TBuzz

Descubre la historia de tuits de un sitio en particular.



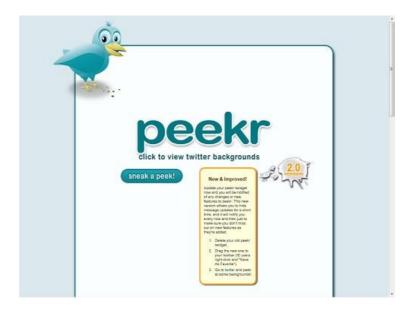
PicFog

Busca imágenes en Twitter.



Peekr

Checa fondos para Twitter sin abrir la página entera.



Apps para buscar nuevos amigos

TwitterTroll.com

TwitterTroll.com es un motor de búsqueda de Twitter a tiempo real para encontrar nuevos amigos.



<u>Just Tweet It</u>

Just Tweet It hace más fácil para los tweeters encontrar amigos con intereses similares.



Friend or Follow

Aplicación que sirve para encontrar usuarios que sigues pero que no te sigues y a quién sigues que no te sigue.



Qwitter: Catching Twitter quitters

Qwitter envía correos electrónicos cuando alguien deja de seguirte.



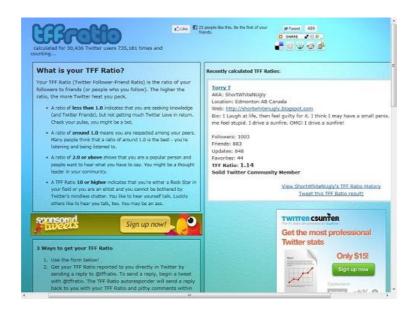
Twubble

Twubble es una extensión de Twitter que te ayuda a encontrar más amigos.



Twitter Follower-Friend Ratio

Su relación de Twitter es la relación de sus seguidores a los amigos (es decir, personas que siguen). Se mide con el coeficiente TFF (seguidor de Twitter a razón amigo).



Aplicaciones de búsqueda en Twitter

WhosTalkin

WhosTalkin es una herramienta que permite a los usuarios buscar conversaciones sobre los temas que más les interesa.



Twitter Search

Twitter Search es un excelente motor de búsqueda que te permite encontrar lo que está pasando en el mundo más allá de tu línea de tiempo personal.



Flaptor Twitter Search

Búsqueda completa en Twitter.



Twitscoop

Introduzca un nombre de usuario de Twitter o palabras clave en el cuadro de búsqueda Twitscoop para seguir una conversación, tema o conferencia.



Twellow

Con Twellow, puede buscar a alguien en Twitter o navegar a través de diferentes categorías.



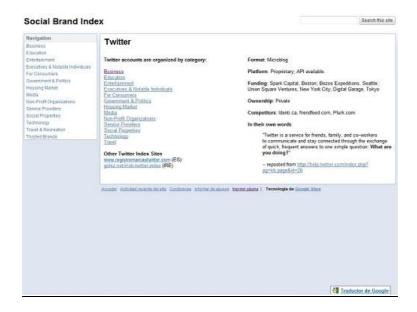
TwitSeeker

TwitSeeker es un motor de búsqueda de alternativas para encontrarusuarios de Twitter y navegar por los resultados en una interfaz.



Social Brand Index

Utilízalo para encontrar a la competencia o posibles clientes en Twitter.



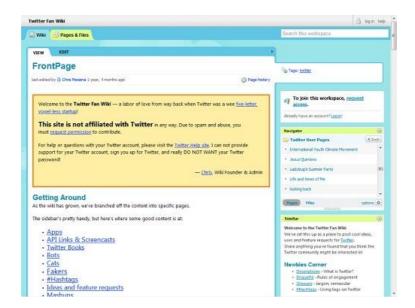
Tracking Twitter

Descubre cuáles son los feeds más populares en entretenimiento, media y productos.



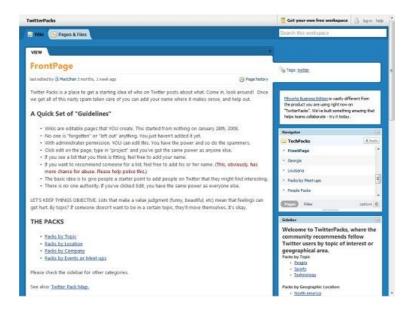
Twitter Fan Wiki

Este sitio de búsquedas encuentra conversaciones de todo tipo por categorías, temas, etc.



TwitterPacks

Encuentra gente de acuerdo a los "packs" o grupos de interés.



GovTwit

Encuentra gente y agencias gubernamentales.



Tweet Scan

Busca conversaciones de Twitter por categoría o palabras claves.



Tweetmeme

Un marcador social para conversaciones populares de Twitter.



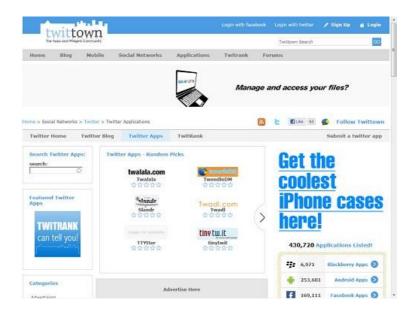
Twitterment

Este motor de búsqueda simplificado encuentra conversaciones con cualquier palabra clave.



TwitTown

En TwitTown tienes un ranking de las 10 mejores aplicaciones según la puntuación que le da el usuario.



Tweet Congress

Para encontrar cuentas twitter de congresistas.



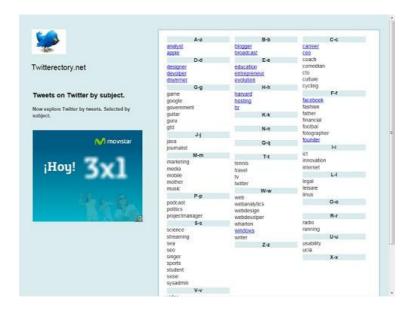
LegalBirds

Un directorio para el campo legal y su gente.



Twitterectory

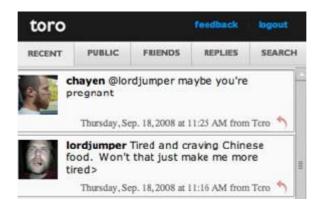
Posee motor de búsqueda, nube de tags y directorio de perfiles de Twitter.



Aplicaciones basadas en Adobe AIR para Twitter

Toro para Twitter

Diseñado para ser simple, Toro utiliza una biblioteca de cliente de Twitter experimental para eliminar el límite Twitter API.



Twhirl

La mayoría de las funciones disponibles en el sitio web de Twitter son accesibles a través de Twhirl, con mejoras de usabilidad.



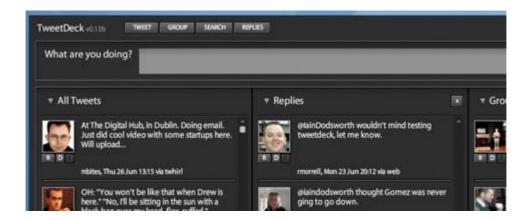
Tweetr

Tweetr es un cliente de Twitter que te permite enviar y recibir mensajes de Twitter, pero con algunas características adicionales interesantes: apoyo a la toma fotos con su cámara web y el envío de archivos (hasta 10 MB).



TweetDeck

TweetDeck tiene por objeto mejorar la funcionalidad existente de Twitter.



DestroyTwitter

DestroyTwitter es una serie de pantallas que actualizan constantemente para mantener tuits actuales y hasta la fecha con las notificaciones que aparecen tan pronto como un nuevo Tweet se publica.



TwitterLocal

TwitterLocal es una aplicación basada en Adobe AIR que te permite filtrar tuits por ubicación.



Spaz

Spaz es un bien diseñado y bien desarrollado cliente de Twitter.



Snitter

Abreviatura de "Twitter Snooks", Snitter es un cliente de escritorio de Twitter.



Twitter desde el Móvil

Hahlo

Hahlo es un excelente y totalmente equipado cliente de Twitter para tu iPhone y el iPod.



TwitterFone

Enviar mensajes a Twitter mediante voz.



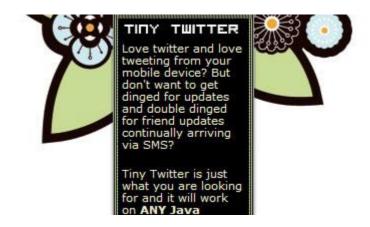
PocketTweets

PocketTweets es un cliente basado en la Web de Twitter para el iPhone.



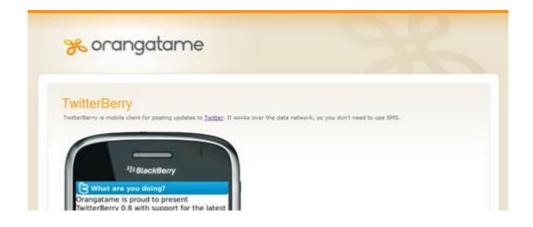
TinyTwitter

TinyTwitter funciona en cualquier dispositivo habilitado para Java y cualquier Windows Mobile Pocket PC o Smartphone.



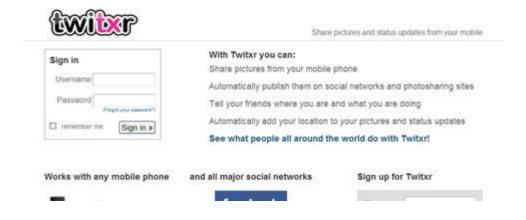
TwitterBerry

TwitterBerry es un cliente móvil para enviar actualizaciones a Twitter desde tu BlackBerry.



Twitxr

Comparte tus fotos y actualizaciones de estado desde tu móvil.



Slandr

Slandr ofrece un sitio web móvil adaptado para Twitter.



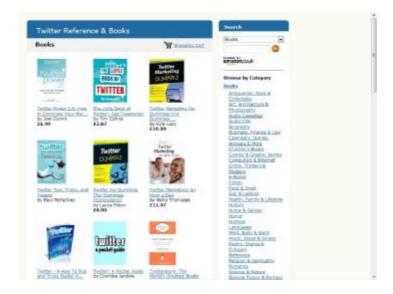
Tapulous

Descubrir, conectarse y enviar mensajes a las personas cercanas. Subir fotos y actualizar tu cuenta en Twitter.



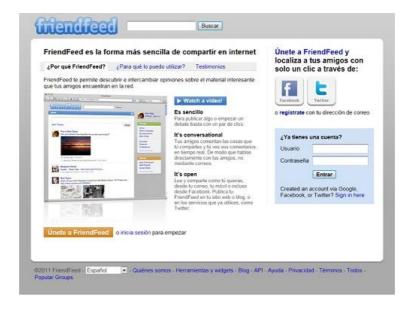
Twitterrific

Twitterrific es un "todo en uno", es una nueva aplicación ideal para tu iPhone.



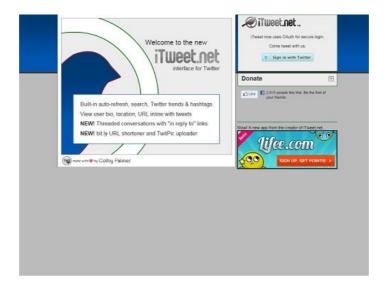
FriendFeed

FriendFeed es simple, limpio, fácil de usar y super rápido como cliente Twitter para tu iPhone e iPod Touch.



<u>iTweet 2</u>

iTweet 2 ha incorporado en auto actualización, búsqueda y las etiquetas de hash. Puedes ver las biografías de los usuarios y las localizaciones y también conversaciones con la vista en respuesta a los vínculos.



GPS Twit

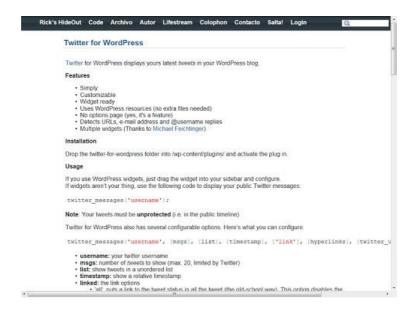
Pon GPS Twit en tu teléfono para hacer más fácil a tus amigos a encontrarte.



Plug-Ins para WordPress de Twitter

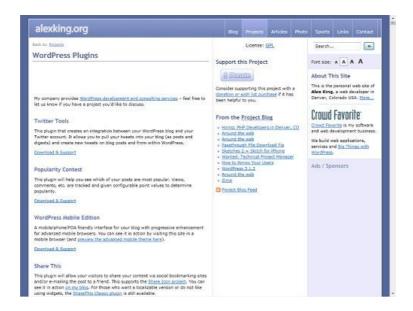
Twitter para WordPress

Twitter para mostrar tus últimos tuits en tu blog de WordPress.



Twitter Tools

Este plug-in se integra en tu blog de WordPress y cuenta de Twitter. Tira de tus tuits en tu blog, y crea nuevos tuits de tus post de WordPress.



Twitpress

Twitpress es un plug-in que presenta un Tweet definibles por el usuario a su cuenta de Twitter, notificando los seguidores de Twitter o amigos que han publicado una entrada en el nuevo blog.



SimpleTwitter

SimpleTwitter le permite añadir mensajes de Twitter a las plantillas de WordPress (y no sólo en la barra lateral).



Este Tweet

Un plug-in que añade un enlace Twitter para cada puesto y la página en su sitio web de WordPress, para que los visitantes puedan compartir sus entradas de blog a través de sus cuentas de Twitter. También acorta la URL automáticamente.



TweetBacks

Este plug-in crea trackbacks en el Blog si el post se comenta en Twitter. Los tuits aparecen como comentarios.



TwitterCounter

Instalar TwitterCounter en su blog para mostrar el número de seguidores que tiene en Twitter.



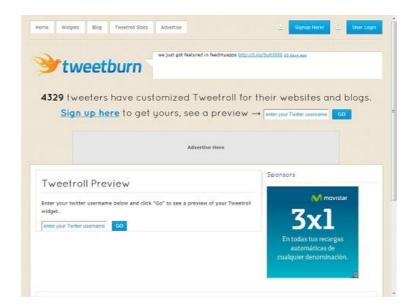
MyTwitter

MyTwitter le permite mostrar sus tuits en su sitio web WordPress y actualizar su estado en la página de configuración de MyTwitter.



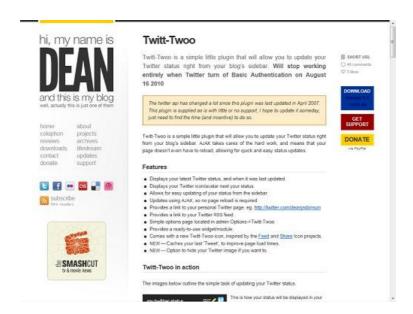
TweetRoll

Con el widget TweetRoll, puede mostrar el número de sus seguidores y amigos.



Twitt-Twoo

Twitt-Twoo es un simple y pequeño plug-in que te permite actualizar tu estado de Twitter desde la barra lateral de tu blog.



Extensiones Firefox para Twitter

Twitbin

Twitbin es una extensión para Firefox que te permite mantenerse al día con todas tus conversaciones de Twitter directamente desde la barra lateral de tu navegador. Enviar y recibir mensajes, compartir enlaces y mucho más.



Power Twitter

Power Twitter añade una multitud de características de la interfaz de Twitter sitio web.



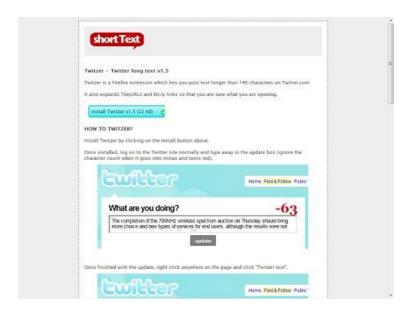
TwitterFox

Esta extensión agrega un pequeño icono a la barra de estado que te avisa cuando tus amigos han actualizado su estado de Twitter. También tiene un pequeño campo de entrada de texto que le permitirá actualizar su propio estado.



Twitzer

Esta extensión de Firefox te permite publicar tuits de más de 140 caracteres en Twitter.



TwitterBar

TwitterBar le permite escribir en Twitter desde la barra de direcciones de Firefox.



Twitter Search

Este plug-in te da acceso rápido al motor de búsqueda de Twitter.



Y por último... ¡CURIOSIDADES!

Is Twitter Down?

Esta aplicación le da una gran respuesta sencilla: sí o no.

No

Twistori

Un experimento interesante Twitter: haga clic en una palabra clave en la izquierda, y a ver qué tuits de actualidad se están publicados que contienen esa palabra.



Twittervision

La visualización en tiempo real geográfica de tuits.



TwittEarth

Similar a Twittervision (arriba) pero con una interfaz elegante.



3.4 @ATiTeDigo

3.4.1 ¿Quién va leer mis tuits?

Encuentra usuarios interesantes a los que seguir

Una vez que ya has completado toda tu información, introducido una imagen, personalizado tu fondo y lanzados unos cuantos tuits, es el momento de comenzar a seguir a otros usuarios, los cuales, si te consideran interesante, es probable que decidan seguirte también. Antes de nada debes saber que expandir tu red de contactos es algo que lleva tiempo y no ocurre de la noche a la mañana. Para seguir a un usuario de Twitter debes acceder a su perfil y pulsar el botón de "Follow". Cuando comienzas a seguir a otros usuarios, sus actualizaciones aparecerán en tu pantalla de Twitter en orden cronológico y en tiempo real. De esta manera puedes saber más sobre sus vidas, aficiones, trabajos o empresas, y comenzar conversaciones con ellos.

Pero ¿cómo puedes encontrar usuarios que realmente te interesan?. Existen muchas maneras:

Twitter Search: El buscador que incorpora Twitter http://search.twitter.com es el primer lugar donde puedes comenzar a buscar. Introduciendo diferentes palabras clave, puedes encontrar usuarios que están hablando y publicando mensajes sobre las cosas que te interesan. Por ejemplo, si una de mis aficiones es el fútbol, y quiero encontrar gente con esa misma afición, puedo buscar "fútbol", "jugar al fútbol" o "torneo de fútbol" y comenzar a seguir y contactar con los usuarios que estén hablando de este tema.

Sigue a tus bloggers preferidos en Twitter: Comprueba si tus bloggers favoritos tienen cuenta de Twitter y empieza a recibir todas sus actualizaciones y mensajes. Normalmente puedes encontrar enlaces directos a sus cuentas de Twitter en las barras laterales de sus respectivos blogs.

Sigue a los seguidores de los usuarios que te interesan: Si encuentras usuarios que te interesan, es más que probable que la mayoría de sus seguidores también estén interesados en las mismas temáticas que tú, por lo que también puedes empezar a seguirles.

Sigue a la gente que acude a los eventos que te interesan: Utilizando los "hashtags" que crean los promotores de los eventos en Twitter, (como por ejemplo el Online Marketing España #OME), para encontrar a la gente que acude a los eventos que más te interesan.

Recolecta usuarios de Twitter en Seminarios y eventos: Aprovecha los eventos y seminarios para conocer gente y que no solo te den su tarjeta de presentación sino también su usuario de Twitter para que puedas comenzar a seguirles.

Encuentra gente en diferentes directorios: Ya existen directorios en donde pueden encontrar usuarios de Twitter organizados por temáticas, profesiones o keywords.

Estos son los más populares:

- Wefollow
- <u>Twellow</u>
- Just Tweet It
- Tweetfind

3.4.2 ¿A quién sigo en Twitter?

Conseguir seguidores

Comenzar a seguir a otros usuarios y recibir sus actualizaciones es una de las partes interesantes de Twitter. Sin embargo, ahora necesitas también tener tus propios seguidores que lean tus actualizaciones y con los que puedas mantener conversaciones y compartir contenido. Por eso es tan importante que toda la información de tu perfil esté completa y personalizada, ya que junto a tus tuits, serán los datos que los usuarios tendrán para decidir si les merece la pena recibir tus actualizaciones.

Estas son algunas de las tácticas que puedes utilizar para conseguir seguidores:

Sigue a otros usuarios: Es la manera más básica y sencilla de conseguir seguidores. Si tú sigues a un usuario, éste recibirá una alerta por email de que tiene un nuevo seguidor, por lo que hay muchas posibilidades de que revise tu perfil para ver quién eres. Si tus tuits e información del perfil le gustan, es posible que te siga a ti también.

Promociona tu cuenta de Twitter: Si nadie sabe que estás en Twitter, es muy difícil que alguien te siga. Promociona tu perfil de twitter en lugares como tu blog, tu web, tu perfil de otras redes sociales y en la firma o pie de tus emails.

Añade tu perfil en los directorios: Del mismo modo que usar los directorios de usuarios de Twitter es un buen método de encontrar usuarios interesantes para seguir, también lo es para conseguir seguidores. Introduce tu perfil en la categoría que mejor te represente y de esta manera otros usuarios que estén buscando gente como tú podrán encontrarte más fácilmente.

Tuitea con regularidad: Es muy difícil conseguir atención si no se Tuitea con cierta regularidad. Mantener una cuenta de Twitter puede consumir tiempo, pero si quieres hacer crecer tu audiencia, tendrás que tuitear de forma regular. Nuestra recomendación es mínimo 7 Tuits diarios, de estos deberán ser por lo menos 3 Tuits originales (creados por ti) y 4 RT o Citas de otros Tuits.

Aporta valor: Si estas utilizando Twitter de forma profesional, es importante que te establezcas como una voz autorizada en tu industria o mercado. ¿Cómo lo consigues? Tuiteando mensajes de gran relevancia sobre tu industria, enviando links de fuentes importantes, manteniendo conversaciones sobre tu industria y ayudando a otros usuarios con posibles dudas.

Llama la atención de los líderes: Encuentra a los líderes de tu industria en Twitter y publica algún mensaje en el que los menciones. Si el mensaje es lo suficientemente interesante, es probable que te contesten, de manera que tu nombre y perfil quedan expuestos frente a sus miles de seguidores, lo que hará que muchos de ellos decidan seguirte.

3.5 #Temas

3.5.1 #Hashtag

Hashtag (#): Es una manera de categorizar mensajes para agruparlos bajo una misma temática. Se ha utilizado principalmente para identificar tuits relacionados con eventos. Lo que se hace es usar un # (símbolo numeral) junto con la palabra que queramos. Ej: #marketing. De esta manera se pueden encontrar grupos de tuits relacionados, utilizando el buscador de Twitter.

3.5.2 ¿Qué es un trend topic?

Los Trending Topics (TT) son las palabras clave más usadas en un momento dado en Twitter. Las keywords de moda, lo que esta on o encendido en el momento.

En la realidad cotidiana, suelen ser convenciones de escritura para grandes eventos o simplemente son palabras que en un momento dado se detectan como muy nombradas.

3.5.3¿Cómo hago populares mis temas?

Escoge bien tu username: Muchos se pueden ver tentados a poner su nombre o inventar un nick en el momento. Pero la verdad es que si no eres alguien conocido, tu nombre por sí solo no va a darte muchos followers, en cambio uno que diga por ejemplo @abcmarketing sí que animaría a algunos. Si en cambio ya eres famoso fuera de Twitter, deberías aprovechar esa fama en Twitter.

No protejas tus tuits: Si lo que realmente quieres es aumentar tus followers, no debes proteger tus tuits. ¿Porque? Pues porque cuando alguien encuentra tu cuenta y entra a ver tu perfil, no puede hacerse una idea de lo que normalmente tuiteas. Muchos no se arriesgarán a seguirte a ciegas, más aun al protegerte pensarán que sólo aceptas a tus conocidos. Este es el precio de la fama, ningún tuitero con un millón de seguidores tiene sus tuits protegidos.

Tu bio es importante: En ella debes describir quien eres y a que te dedicas, sobretodo las facetas por las cuales te van a seguir. Usa todos los caracteres que te den, sé extenso si es necesario. Tu bio es la que le dice a un extraño, porque debe seguirte, así que una lista de tus habilidades o una mini hoja de vida es bienvenida.

Coloca bien tu web: Definitivamente debes colocar alguna web para que se enteren más sobre tus otros proyectos. Puede ser uno de tus blogs o proyectos pero asegúrate de que en esa página haya enlaces a tus otros proyectos. Y esto es importante: Coloca bien tu url, muchos colocan 2 o más enlaces y al final no funciona ninguno. Sólo se puede colocar uno recuérdalo. Muchos se decidirán a seguirte si tienes un buen sitio donde escribes.

Retwitea información: En Twitter encontramos mucha información interesante, trata de revisar periódicamente y retuitear todas las que te gusten y vayan con tu estilo sobre las temáticas que tratas. No pienses sólo en ti, puede que algún enlace que te parezca muy básico, a otros les sea muy útil. Eso sí, deberías darle una lectura a lo que retwitees antes de mandarlo.

Crea una imagen de fondo para tu perfil: Además de otra foto o logo de tu empresa, puedes colocar las urls de tus otros proyectos, una ampliación de tu perfil, una frase o lo que gustes para animar a tus posibles seguidores. No deberías repetir la foto ni la información que

ya tienes en tu perfil. Sería bueno promocionar tus otros sitios web allí mismo.

Muestra tu cuenta de Twitter: Algunos bloggers tienen un botón RSS muy vistoso pero olvidan colocar alguno para su cuenta de Twitter. Si tienes cuenta debes ponérselo fácil a los demás para que entren a ver tu cuenta y te sigan. Asegúrate de que la vean si o si, en tu sidebar, en tu footer, en tu página de contacto o donde haga falta. Si no saben cuál es tu cuenta, ¿cómo podrán seguirte?.

Evita tuits irrelevantes: No tuitees cosas que no le podrían interesar a tu público objetivo. A menos que seas una estrella de algún tipo, al común de la gente que te sigue no le interesan trivialidades, salvo que estén relacionadas con la rama en la cual eres experto. Si alguien nuevo revisa tus tuits y ve que es algo personal podría no seguirte, incluso podrías cansar a alguien que ya te sigue.

Tuitea algo bueno antes de irte: Antes de salir, detener tu actividad tuitera o alejarte del teclado por un buen tiempo, busca tuitear o retuitear información que les dé una idea a tus posibles seguidores de lo que les espera si te dan follow. Que tu último post no sea: "saliendo a comprar snacks".

Portarse bien los viernes: Si ya llevan un tiempo twiteando, ya me comprenden. Lo que pasa es que los Viernes ocurren los #FollowFriday que es cuando muchos twiteros se dedican a

recomendar otras cuentas a seguir. Así que si te has portado bien y recomiendas a algunos buenos amigos también podrás recibir algunas recomendaciones para conseguir más seguidores.

Pero en mi opinión, todos estos consejos son útiles para lograr escribir temas populares en twitter, pero lo más efectivo para conocer cuáles son los temas populares del momento en twitter, es la aplicación tweetmeme, que monitorea cada 5 minutos los temas más populares. Una vez que se conoce cuáles son los temas verdaderamente populares se pueden escribir temas interesantes.

3.6 Fotos: ¿y no eran 140 caracteres?

Como ya todos sabemos, twitter es un servicio de microblogging pues admite mensajes de máximo 140 caracteres.

Cabe acotar que Twitter solamente guarda texto, no almacena vídeos, ni material gráfico. Pero sin embargo, existe, claro está, una infinidad de aplicaciones para ampliar las funcionalidades ofrecidas por Twitter, aplicaciones que nos permiten publicar prácticamente cualquier contenido ofreciendo un enlace que sí podremos enviar a nuestra página personal.

Entre las herramientas más conocidas para publicar fotos en Twitter se encuentran <u>twitpic</u>, donde podremos subir cualquier imagen después de identificarnos con los datos de acceso de Twitter. Después de enviada la fotografía, podremos enviar automáticamente el enlace a nuestra página

personal. Reconocer cuando un enlace apunta a una imagen de twitpic es sencillo, ya que todos ellos empiezan con http://twitpic.com/.

Para publicar vídeos existen muchas opciones. Dos excelentes opciones son tweetube, que nos ofrece la posibilidad de publicar enlaces a vídeos grabados desde la webcam, material de youtube o incluso fotografías, y twitvid.io, más sencillo de usar que el anterior, ya que no necesita instalar nada en nuestro ordenador al realizar la grabación del vídeo directamente desde la página web.

Existen cientos de aplicaciones para insertar fotos, video e incluso música, una lista que no para de crecer y que está en constante expansión, cada una con sus pros y contras.

4. Los secretos "ocultos" y "no ocultos"

En esta sección hablaremos sobre consejos prácticos y tips relacionados con el universo Twitter, y que servirán para sacarle el máximo provecho a esta red social. Han sido redactados por periodistas especializados o usuarios que han utilizado la herramienta exhaustivamente, y han adquirido un conocimiento que podríamos llamar como de "guru" y por nosotros, en base a nuestra experiencia navegando en la web.

4.1 ¿Qué debo tuitear?

La rapidez con la cual se escriben y difunden los 140 caracteres de un tweet pueden meter en problemas al usuario. The Huffington Post (http://huffingtonpost.com) redactó en un artículo 11 mandamientos para un buen uso de la red Twitter:

1) Si uno tiene problemas con el jefe o está rehuyendo el trabajo, es preferible no tuitear nada sobre el tema. Más aún, Amber Yoo, de PrivacyRights.org, recomienda no compartir en esta red ni siquiera las opiniones que uno pueda tener acerca de temas relacionados con la empresa en la que se trabaja, sus clientes, productos y servicios. Cada vez más, los patrones monitorean a los empleados en Twitter.

- 2) No deben tuitearse datos personales que pueden ser eventualmente útiles a delincuentes, tales como la fecha y lugar de nacimiento, números de documento, apellido de soltera o materno.
- 3) Las herramientas de geolocalización (geotags) de Twitter pueden ser usadas por acosadores. La buena noticia es que se puede eliminar ese dato en cualquier momento.
- 4) En varias ocasiones los ladrones se han servido de las redes sociales antes de ingresar a un domicilio. Comentar en un tweet que se está de vacaciones puede ser peligroso.
- 5) Lo mismo vale para la rutina diaria que es mejor mantener privada. Pues tuitear que se va a pie al trabajo, a dónde se almuerza o en qué momento se vuelve a casa es riesgoso ya que permite que los criminales rastreen nuestra rutina de actividades diarias.
- 6) Los niños son presa fácil de los malintencionados en la red. Hay que evitar tuitear sus nombres o comentar a qué escuela asisten, pues existen criminales que pueden querer raptarlos para pedir recompensa o psicópatas que quieran violarlos.

- 7) Se sabe que las aseguradoras chequean Twitter cuando investigan pedidos de indemnización o para evaluar el riesgo de un cliente. Si se es amante de las actividades de riesgo -alpinismo, por ejemplo- la compañía querrá cobrar una prima.
- 8) Otras personas pueden tuitear cosas contrarias a nuestra opinión o hasta ofensivas. Es mejor conservar la calma y la cortesía; responder sólo tendría por resultado alentar a los provocadores. Nunca se debe reenviar un mensaje insultante. Mucho menos emitirlo uno mismo.
- 9) Es riesgoso tuitear fotos que muestren nuestra apariencia o la de nuestra casa. Más aún si incluyen geotags. Algunos teléfonos inteligentes insertan automáticamente datos de geolocalización.
- 10) Los gerentes chequean regularmente Twitter antes de contratar a una persona y hasta recurren a las redes sociales como ayuda en la selección de personal. Hay que ser muy serio a la hora de subir fotos. Pensar que serán vistas por nuestro jefe o por nuestra abuela es el mejor parámetro para decidir cuáles subir y cuáles no.
- 11) No hay que molestar a los otros tuiteros enviando mensajes constantemente. Resulta cansado y ocupa demasiado espacio y atención. Si se tiene tanto que decir quizá sea mejor un blog.

Para utilizar Twitter y que tenga un impacto importante en el negocio existen muchas maneras y herramientas que resultan efectivas como los mensajes virales.

Este tipo de tuits ayudan a contribuir al tráfico importante de un sitio web y a la vez pueden aumentar los números de la empresa. Es por eso que brindaremos algunos consejos para crear este tipo de mensajes en la red de microblogging.

Equilibrio

No hay que olvidar que el límite de 140 caracteres en Twitter es beneficioso para los negocios. Una frase corta es más que suficiente para hacer llegar el mensaje a los usuarios. Hay que mantener el equilibrio entre la cantidad de los contenidos y la búsqueda de las réplicas por parte de los usuarios.

Llamar a la acción

Ya sea que por medio de sondeos, encuestas u otra actividad, se debe animar a los usuarios a dejar sus comentarios sobre los productos de su empresa / servicios. Los tuits de diálogos tienen un mejor efecto viral en comparación con los monólogos.

Cuando los seguidores hagan retuit de los mensajes irá creciendo la credibilidad de la marca en la web.

Enlaces

Los enlaces son el componente más importante de los tuits virales orientados a los negocios. Se deben colocar enlaces al sitio web de la empresa, de anuncios de nuevos productos o de encuestas, etc.

Lo importante es asegurarse de que los links incrustados son relevantes para los seguidores de Twitter. No tiene sentido comercial enviar tuits sin contenido relacionado a la marca.

Los mensajes virales sirven como enlaces entrantes al sitio web de la empresa, por lo que se les debe sacar el máximo provecho.

Noticias

Colocar noticias relacionadas con la industria a la que se dedica la empresa es una gran manera de mantener activos a sus seguidores. Esto hace que incremente la información sobre los productos y servicios a los contactos de Twitter.

Auto-referencias

Los tuits referentes a "mi negocio" o "sígueme" no son óptimos para mensajes virales. Este tipo de tuits tienden a perder su encanto y se asemejan a SPAM. Hay que recordar que Twitter es una plataforma social.

Los tiempos

Es básico, dentro de una estrategia, tener en cuenta el tiempo de envío de un mensaje en Twitter para ver la atención de los usuarios y el efecto de la viralidad. Un tuit enviado en una hora no adecuada no tendrá éxito.

Consistencia

Hay que asegurarse de que los mensajes de Twitter sean consistentes y que reflejen la marca comercial. Deben estar accesibles para los usuarios.

4.2 ¿Cuándo debo tuitear?

Cuando sepas las respuestas a las preguntas de tus seguidores tuitea. Cuando tengas datos interesantes de la industria en la cual se mueve tu empresa, si te es posible, compártelos.

Cuando sean horas pico, que son por lo general, los días de la semana durante la jornada laboral. Temprano en la mañana y por la tarde también son buenas horas.

Tuitea seguido, pero sólo si tienes algo importante que decir. Lo ideal es tuitear unas cuantas veces al día. No instales un feed que tuitee por ti, ya que tus seguidores lo notarán y si son muchos tuits, se aburrirán y dejaran de seguirte.

Si estas de vacaciones o por algún motivo no puedas tuitear, usa un servicio como tweetlater para programar los tuits mientras tú no estés.

4.3 ¿Es bueno o malo hacer retweet?

El retweet es un buen recurso para hacer networking en Twitter. Sí, lo es, pero siempre y cuando se utilice apropiadamente. De lo contrario, puede llegar a ser incluso contraproducente. En las siguientes líneas hablaremos sobre la diferencia entre un retweet simple y uno de valor. Obviamente, el retweet de valor es aquel que nos servirá para el networking.

Un retweet de valor es uno mejor que un retweet simple (común y corriente). Los retweets simples (los que simplemente aprietas el botón de retweet) no sirven de nada o de bien poco. Sí, es posible que la otra persona te vea en su Tweetdeck haciendo retweet a su favor, ¿pero de qué más te sirve? Es más, yo considero que un retweet simple puede llegar incluso a ser contraproducente, pues es posible que la otra persona te terminé exiliando a su lista de tuiteros no interesantes. Aquí lo que queremos es destacar del resto y eso no lo lograremos haciendo retweets sin valor.

¿Qué es un retweet de valor?

Es un retweet que va más allá de repetir el tweet original. Lo básico es que tu retweet destaque del resto y haga que la otra persona preste atención a lo que se trate el retweet. Hazlo de forma regular y poco a poco empezarás a aparecer en su lista de personas interesantes.

4.4 ¿Cómo hago para que me tomen en serio?

La clave para que nos tomen en serio a la larga, consiste en crear retweets de valor y no simples retweets que no aportan nada para el crecimiento de tu red de contactos en Twitter. A continuación, entraremos en detalle de cómo crear un retweet de valor y en explicar las prácticas inadecuadas a la hora de retuitear en Twitter.

¿Cómo hacer un retweet de valor?

Las posibilidades son muchas, por lo que te daremos las opciones más interesantes e importantes a nuestro criterio:

- Haz un breve comentario en el retweet que incite a tus followers a seguir el enlace que contiene o hacer ellos mismos retweet.
- No pongas RT, salvo aquellos supuestos en los que el tuit original sea una frase, una cita o algo por el estilo. En cambio, si lo que quieres hacer con tu retweet es promocionar algún enlace de la otra persona olvídate de poner RT. ¿Por qué? Porque te verá como uno más que lo único que quiere es que se le devuelva el favor con un retweet a cambio, o con cualquier otro interés escondido en ese RT.
- Intercala un retweet en una conversación con otro tuitero. Es decir, de forma muy natural y disimulada, en uno de los tuits que le mandas a algún amigo tuyo tuitero le hablas de lo interesante que te resulta

la persona con la que quieres conectar o le añades un enlace a su trabajo. Esto es muy útil pues la otra persona verá como tú lo promocionas a él y su trabajo.

- La clave está en hacer un retweet de algo y hacerlo propio, como si fuera un tweet genuino tuyo. Que no parezca que intentas promocionar a la otra persona por interés sino porque realmente te ha gustado lo que has visto o leído. Si logras que tu retweet parezca sincero lograrás que más followers tuyos hagan retweet de tu retweet (RTs en cadena). Cuantos más RTs logres en el que aparezca tu nombre como el que los desencadeno mayor será tu reconocimiento para la otra persona, te verá como alguien de valor al que la gente (tus followers) le escucha y le toma en serio.
- Por la misma razón, puedes contactar con algunos tuiteros amigos tuyos y pedirles que te hagan un favor. Diles que necesitas hacer networking con tal persona y que, por ello, necesitas que retuiteen lo que tu retuites de ella. Es decir, que te ayudan a crear RTs encadenados. Créeme, mejorará la imagen que la otra persona percibe de ti. Luego, tú puedes ayudar a tus colaboradores tuiteros haciendo lo mismo por ellos. Sólo con que sean tres en RT, y tú figures como el primero, es suficiente.
- Deja un mínimo de 25 caracteres libres en tu retweet, pues así permitirás que otras personas puedas hacer RT y, con ello, crear un RT encadenado.

Prácticas a evitar cuando se hace retweet

- No retuitees mensajes que ya hayan sido retuiteados por otro u otros tuiteros. ¿Por qué? Pues porque el mérito se lo estás dando al que desencadeno el resto de retweets. Es decir, el que primero hizo el retweet es el que provocó los demás, por lo que su valor crece y tú estarías a su sombra. Tú serías como un soldado raso que murió en el frente por su líder. Por ello, nunca retuitees cosas que ya tengan RT en el mensaje. Lo que sí que puedes hacer es tu propio retweet original tuyo sin otros @usuarios en el mensaje más que tú y la persona con la que quieres conectar.
- No retuitees demasiado seguido. La otra persona verá que lo haces por interés y te enviará a su lista de los retweeters habituales aburridos. Debes de retuitear de forma selectiva sólo aquello que realmente te guste y mostrarlo así en tu retweet.
- Evitar ser demasiado eufórico en tu RT porque no se ve natural sino falso. Si alabas demasiado en un tuit la otra persona, tus followers verán que te has pasado de la raya y parecerá que lo haces por puro interés. Tú mismo has de marcar la raya de qué es un retweet de valor y qué es un retweet "interesado".

4.5 ¿Cómo consigo más seguidores?

- Utiliza hashtags (#) para señalar con una palabra tu contenido. Es una manera eficaz de clasificar la información y encontrarla fácilmente. Ayuda a tus seguidores a comprender de que tema estás hablando.
- Puede ser útil utilizar herramientas como tweetdeck y twaitter para programar automáticamente el envío de tus tuits en las horas pico.
- Contesta a usuarios a los que sigas con <u>@replies</u> aunque ellos no te sigan, sólo contesta cosas interesantes y que le aporten valor añadido o no te contestarán, algunos de hecho no contestan casi nunca porque así lo tienen configurado les hacen demasiados <u>@replies</u>. Algunos de ellos contestan y te agregan ellos, o bien alguno de sus followers.
- Haz pública tu cuenta de Twitter. Aunque te parezca obvio, muchas personas tienen protegidos sus tuits; y si quieres usar esta red social como herramienta de marketing por internet, no mantengas cuenta privada.

<u>Dan Zarrella</u> (@danzarella) estudió, durante varios años, cómo se pueden conseguir más seguidores, y ha organizado las conclusiones que obtuvo en 5 puntos a tener en cuenta.

¿Pero quién es Dan Zarrella? Dan Zarrella es un premiado científico de Marketing social y viral y autor de dos libros sobre medios sociales (social media) de O'Reilly: "The Social Media Marketing Book" y "The Facebook Marketing Book".

Tiene experiencia en el desarrollo web y combina sus capacidades en programación con una pasión por el marketing social, para estudiar la conducta de los medios sociales desde una posición respaldada por datos comprobados y enseña a los marketeros mejores prácticas científicamente probadas.

Aparte, su libro "La Ciencia de Los Retweets" analiza el cuándo, por qué y cómo los usuarios de twitter retwitean cosas, y explica cómo los marketeros pueden conseguir efectivamente más retweets, y además es el creador de TweetPsych, que es una herramienta lingüística de análisis que permite a los usuarios crear perfiles psicológicos de cualquier otro usuario de Twitter o lista de usuarios basado en el contenido de sus tuits.

Finalmente, sirvió como miembro del Comité Ciudadano del Concilio de la Ciudad de Boston sobre el Futuro de Boston y ha aparecido en The New York Times, The Wall Street Journal, The Boston Globe, Wired, Fast Company, Forbes, The Financial Times, Huffington Post, The London Times, The Miami Herald, Slashdot, Smart Money, AdAge, NYPost, The Atlantic, Mashable, The Twitter Book, y TechCrunch. En el 2009 fue premiado con los premios Shorty y Semmy para medios sociales & marketing viral.

Su web site oficial es http://danzarella.com.

Ahora hablaremos de las 5 maneras científicamente probadas (por las investigaciones de Dan Zarrella) para conseguir más seguidores:

1) Muestra quién eres

Cuando creas una cuenta en Twitter, se te pide que publiques una pequeña biografía, un link a tu página web y una foto. Hay muchas cuentas que no lo hacen pero, las que sí que se toman su tiempo en publicar estos tres datos personales tienen más seguidores que los que no lo hacen. Es importante mostrar a los demás quién eres.

2) No hables sobre ti mismo

Los datos obtenidos por Zarrella son muy claros en este sentido, y han demostrado que las cuentas que tienen más seguidores no suelen hablar demasiado sobre sí mismos. Imagina que conoces a alguien en una fiesta que solo sabe hablar sobre sí mismo, ¿le escucharías durante mucho tiempo? Por eso, deja de hablar de ti mismo si quieres que haya más gente que te escuche.

3) No te limites a conversar

Si echas un vistazo a la media de respuestas de los usuarios con más de 1,000 seguidores y los comparas con aquellos que tienen menos, verás algo curioso. Y es que los usuarios con muchos seguidores son más propensos a responder, y con más frecuencia.

4) Identificate con autoridad

Según los datos de Zarrella, aquellos usuarios que se denominan a sí mismos "gurús" suelen tener 100 seguidores más que la media de cuentas en Twitter. Algo que parece indicar que el viejo mito de que hay que evitar llamarse a sí mismo "gurú" o que se desprecia a los "expertos en social media". Aunque tampoco es necesario que te autodenomines experto o gurú en cualquier momento, sí es útil identificarse a uno mismo en Twitter con autoridad.

5) Sé positivo

Los comentarios negativos sobre temas tristes, agresiones, emociones y sentimientos negativos o morbosos no suelen gustar a los usuarios. De hecho, las cuentas con más seguidores no suelen publicar comentarios negativos, por lo que, si quieres conseguir nuevos seguidores, tienes que ser positivo.

4.6 ¿A quién debo seguir?

Aquí les presentamos los 5 tips claves para saber a quién seguir en twitter basado en nuetra investigación.

1) Realice una búsqueda para encontrar gente con intereses comunes. Más adelante mencionaremos las aplicaciones recomendadas.

- 2) Navegar a través de un directorio. Una opción interesante es Twellow como una forma de encontrar gente nueva, pero hay un montón de otros servicios así. Mashable recientemente hizo una guía sobre 15 directorios de Twitter comparados entre sí, merece la pena leerlo. Los directorios enlistan personas por categoría o geografía. Un posible defecto es que las personas son libres de categorizarse a sí mismos, y a menudo eso lleva a una categorización incorrecta. Aun así, vale la pena chequear las categorías favoritas y encontrar algunas nuevas personas a seguir.
- 3) Preste atención a quien le hablan sus amigos. No descarte @replies de sus amigos a otros como una conversación privada. Hay que prestar atención a quienes otros están hablando, porque muy a menudo se pueden encontrar algunas personas fabulosamente brillantes que de lo contrario no habrían sido conocidas y seguidas. Si las personas que tu respetas hablan con otros, haz clic en el enlace de nombre de usuario @ y vas a ver de lo que están tratando.
- 4) Utilice un servicio que recomienda a otros. Por ejemplo, twittergrader.
- 5) No sólo siga los grandes nombres. Hay muchos servicios que le ofrecen una lista de los Tuiteros Top. Estos son generalmente gente a seguir, pero no sólo siga a personas basadas únicamente en grandes números de

seguidores, a veces la gente más interesante tienen menos de 100 seguidores. Como un incentivo adicional, si está interesado en interactuar con la gente mediante los tuits y no sólo leer los tuits, la gente que tiene un número menor de seguidores interactúa más. Por ejemplo, en la vida real, si estás en una fiesta con 1000 personas y hay alguien con quien deseas hablar, tienes que esperar tu turno para hacerlo. Pero si vas a una fiesta con 25 personas, es más probable que hables con casi todos y tengas con ellos conversaciones interesantes.

Aunque Twitter dispone de la función <u>Suggested Users</u> (una selección de celebridades y medios en inglés), parece más interesante probar algunas de las múltiples aplicaciones externas diseñadas para orientar a los usuarios en su búsqueda de nuevos contactos para seguir (en función de sus contactos iniciales o localización).

Who Should I Follow

Basta ingresar el nombre de usuario de Twitter para que el sistema genere una lista de usuarios recomendados, que además puede ajustarse en función de la mayor o menor popularidad de los usuarios y de su lejanía o proximidad con una localización que se le indique.

Mr. Tweet

Mr. Tweet genera un informe que se clasifica en dos partes. Una son

aquellos usuarios que nos siguen a nosotros pero que nosotros no seguimos, y la otra una lista de usuarios que el servicio considera que podrían interesarnos seguir, la cual se crea dependiendo de si los temas de los que hablamos son similares.

Pero Mr. Tweet no se queda solo en darnos listas de posibles contactos a seguir, sino que también nos ofrece interesantes datos sobre ellos, como información sobre quienes de los que nosotros seguimos también lo siguen a él, ratios de usuarios a los que sigue frente a los que lo siguen a él, cuantos mensajes envía al día, si responde a mensajes de usuarios a los que no sigue, etc.

Twitual

Realiza un interesante análisis del perfil de un usuario en el que distingue cinco tipos de relaciones:

- Followers (usuarios que te siguen, equivalente a lo que Twitter llama followers_me)
- 2. Friends (usuarios a los que sigues, equivalente a lo que Twitter llama following_me)
- 3. Mutual (recíprocos, usuarios que son a la vez followers y friends, es decir gente a la que sigues y que también te siguen)
- 4. Fans (usuarios que te siguen, pero a los que no sigues)
- 5. Idols (usuarios a los que sigues, pero que no te siguen)

Sin embargo, a pesar de que todas estas aplicaciones son efectivas en conseguir su propósito. Existe una aplicación web nueva que se puede probar. Se llama Google Follow Zinder (http://followfinder.googlelabs.com).

Mediante esta aplicación creada por Google, podremos buscar a los tuiteros más importantes en base a nuestras temáticas preferidas, algo a resaltar es la muy sencilla forma de utilizarlo, pudiendo serle útil a cualquier usuario, sin importar su nivel de conocimiento acerca de Twitter.

Para utilizarlo, tan solo debemos ingresar a la aplicación, y colocar nuestro nombre de usuario de Twitter, acto seguido, la aplicación nos acercará una lista de tuiteros que quizás nos interesen, ya que manejan temáticas parecidas a la nuestra.

Si bien la aplicación no es muy complicada, ya que solo se limita a comparar las listas de diversos usuarios que siguen a los mismos que nosotros. De esta manera, la aplicación nos marcará como sugeridos a aquellos tuiteros que sean seguidos por dichos usuarios. Bastante claro y sencillo.

Si utilizas Twitter, y quieres buscar seguidores para seguir, de una forma diferente, esta aplicación web es ideal.

4.7 ¿Tuitear en facebook?

Lo principal es saber qué tipo de contenido vamos a emitir y qué tipo de contenido espera cada audiencia (porque el público puede ser el mismo en ambas redes, sin embargo, lo que se espera en cada una de ellas no necesariamente es igual). Hay tres principales premisas para entender mejor el contexto antes de tomar una decisión:

- 1. En Twitter la gente busca inmediatez, en Facebook ocio: En ese caso, quizá en Facebook funcionen mejor las noticias del tipo "interesante" mientras que en Twitter las del tipo "urgente" se llevan toda la atención.
- 2. En Facebook tienes amigos, en Twitter tienes audiencia: Entonces, las noticias personales y triviales se reciben mejor en Facebook mientras que en Twitter se esperan cosas más "informativas"
- 3. Twitter y Facebook son redes con sus propias dinámicas y lenguajes. El hecho de que en Twitter haya una limitante de espacio y en Facebook no, es solo uno de muchos ejemplos.

Una cuarta premisa a considerar es que si tenemos en cuenta las líneas de tiempo de Twitter y Facebook veremos que sus dinámicas son totalmente distintas. La de Twitter es mucho más ágil y fluida. Prueba usando Tr.im o algún otro tracker de enlaces y haz un experimento. Compara cuántos clics hacen tus seguidores en una noticia coyuntural y cuántos en una noticia no coyuntural. Luego de eso entenderás mejor. Entonces, pasamos a la parte de por qué sí y por qué no mezclar las cuentas. Nos limitaremos a puntualizar los hechos:

- Si deseas difundir algo, mientras más lugares tengas para exhibirlo,
 mejor. Por ley de probabilidad tendrás muchas más visitas colocando
 un enlace en ambas redes a la vez que si lo haces solo en una.
- Escribir en ambas redes podría ayudar a incrementar tu número de seguidores en Twitter.
- El contenido multimedia compartido en Facebook obtiene mucha más atención que en Twitter (la foto captura del video, por ejemplo, debe hacer lo suyo en este aspecto).
- Socialmente hablando, es interesante ver los comentarios que la gente puede hacer a tus tuits una vez publicados como estado en Facebook.
- Si actualizas muy seguido en Twitter acabarás bombardeando la línea de tiempo de tus contactos en Facebook y ellos quieren saber de TODOS sus amigos no solo de ti.
- Los RT (retweets) y respuestas (@usuario mensaje) son convenciones exclusivas de Twitter, ¿qué sentido tiene hacerlo en Facebook?
- Si publicas una información interesante en Twitter citando la fuente, el "vía @usuario" queda totalmente desnaturalizado en Facebook.

Entonces ¿qué hacer? Bien puedes usar Selective Twitter Status, una aplicación de Facebook que solo cambiará tu estado cuando tus actualizaciones de Twitter terminen en el hashtag #fb. La otra alternativa es usar HelloTXT. Esta aplicación web no solo te permite actualizar tu estado en Facebook y Twitter sino en otras decenas de

redes y servicios. Cualquiera de las 2 alternativas está bien, la decisión de cual escoger depende del usuario.

4.8 ¿Debo tener varias cuentas?

Hay que tener en cuenta antes que nada a <u>Splitweet</u>, un servicio gratuito para el microblogging, que nos permite gestionar varias cuentas en Twitter. Y a <u>HootSuite</u> que es ideal para administrar no solo cuentas de Twitter, sino también podrás administrar cuentas de Facebook, Linkeind, Fan Page, WordPress, entre otros. No sólo podrás administrar sino también podrás anexar tu propia publicidad, hacer un seguimiento de tus cuentas y medir las estadísticas de las distintas plataformas que manejas.

Otras herramientas como <u>Mixero</u> y <u>TweetDeck</u> son también alternativas muy útiles para gestionar múltiples cuentas.

A continuación, la lista de los motivos o razones que la gente considera para crear y gestionar varias cuentas en Twitter:

- Para publicidad, para promocionar un servicio en particular.
- Otra forma de obtener publicidad gratis.
- Una cuenta para uso comercial o profesional y otra, personal.
- Una de las cuentas también serviría o sirve para divertirse, para pasar el rato.
- Una cuenta para cada proyecto, ya que así es mejor para los seguidores de cada proyecto.

- Para publicar las actualizaciones de nuestro blog.
- También podría utilizarse una de las cuentas, para todo los RSS de nuestros blogs.

Algunos Tuiteros lógicamente no ven la necesidad de tener más de una cuenta, llegando incluso a opinar que puede ser cansador, ridículo y hasta paranoico, lo cual también es comprensible.

En conclusión, nos encontramos con diferentes perspectivas sobre el asunto. En lo personal, creo que depende de los intereses y proyectos de cada uno.

Tampoco podemos olvidar considerar que muchas veces las personas que organizan un evento o un seminario, abren una cuenta en Twitter para mantenerse actualizados a los participantes sobre las novedades del mismo.

Vamos a citar las 3 principales aplicaciones para gestionar varias cuentas en Twitter:

<u>Splitweet</u>: Este gestor de cuentas Twitter presenta varias ventajas importantes que deben ser tomadas en cuenta:

- Completamente en español (veremos más adelante que no es lo habitual).
- Sencillo e intuitivo uso.
- Posibilidad de utilizarlo desde nuestro ordenador como aplicación de escritorio.
- Quizá la más importante para una empresa, permite crear un registro de marcas para saber qué se dice y cuándo sobre nosotros, nuestros

productos y poder responder en tiempo real participando en la conversación o afrontando un momento de "crisis" con una respuesta rápida y eficaz.

- Cuenta con sección de Ayuda y Blog
- Inconveniente: no es posible gestionar los perfiles de otras redes sociales o profesionales como Facebook o Linkedin.

<u>TweetDeck</u>: A pesar de que la herramienta está totalmente en inglés, su uso es intuitivo y relativamente sencillo si se tiene nociones mínimas del idioma (y en cualquier caso siempre puede recurrir a un traductor online). Por su desarrollo y amplia difusión ha sido comprado por Twitter en una operación de más de 40 millones de dólares.

- Principal ventaja: Permite gestionar su actividad en Facebook,
 Linkedin y MySpace, además de varios perfiles Twitter a la vez. Es decir, además de supervisar la actividad de dichos medios, puede hacer una publicación en todos ellos a la vez con un sólo clic.
- Puede utilizarse desde el escritorio como una aplicación (pero al estar basada en Adobe Air, aplicación que deberá descargar, consume recursos y usted puede notarlo en el rendimiento de su equipo).
- Permite acortar automáticamente la dirección (URL) de los enlaces, especialmente útil para comunicar un nuevo post en su blog dejando espacio para otros comentarios y posteriores ReTweets.
- Apariencia completamente configurable, organizado en columnas,
 usted elige cuáles se muestran y dónde. Las opciones principales para

Twitter son su timeline (All Friends), menciones y respuestas (Mentions), mensajes directos (Direct Messages) y nuevos seguidores (New Followers).

<u>HootSuite</u>: Es quizá uno de los aplicaciones de gestión de múltiples cuentas más populares en Twitter y no lo es en vano ya que ofrece muchas e interesantes utilidades (en inglés).

- Versatilidad: Permite gestionar perfiles en Twitter, Facebook,
 Linkedin, MySpace, WordPress, Ping.fm y Foursquare.
- Facilita estadísticas sobre los comunicados emitidos desde HootSuite,
 muy útil para medir el alcance de nuestras acciones.
- Incluye una práctica aplicación, Hootlet, que con sólo arrastrar su icono hasta la barra de herramientas bajo nuestro navegador nos permitirá compartir contenido en todo momento, desde cualquier página web y en todos nuestros perfiles sociales.
- Permite programar la publicación de nuestros comunicados.
 Especialmente útil en los días de que disponemos de tiempo para adelantar trabajo en previsión de aquellos otros en que estaremos más atareados.
- Permite automatizar la publicación de entradas de nuestro blog seleccionando el número de ellas a publicar, en qué perfiles y cada cuánto tiempo (desde 1 hasta 24 horas).

5. Twitter para Emprendedores / Empresas / Gobierno / Famosos

5.1 Primero: Tus Canales de Internet: Sitio web y Redes Sociales, Posicionamiento (SEO)

Twitter como herramienta de Atención al Cliente

Responde a los comentarios sobre tu empresa o producto

Designa una persona de soporte técnico o de productos para monitorear search.twitter.com y estar atento a los posibles comentarios que tengan que ver con soporte sobre tus productos, servicios o empresa. De esta manera, se podrá ayudar a los clientes resolviendo problemas y de esta forma los clientes recibirán feedback de manera inmediata. Y a su vez con esto, la empresa se beneficiará del feedback de los clientes para mejorar sus productos o servicios.

Usa tu cuenta para dar avisos sobre momentos de mantenimiento

Twitter puede ser un buen medio para alertar a tus clientes de que tu web

site estará un tiempo abajo por asuntos de mantenimiento, permitiéndote

llegar a mucha gente con un sólo mensaje.

Twitter como herramienta de Recursos Humanos

Busca profesionales en Twitter

Twitter puede ser una magnífica fuente de profesionales donde buscar candidatos para cubrir algún puesto de trabajo dentro de tu empresa. Los directorios mencionados anteriormente, así como la opción de búsqueda por palabras clave y localización te pueden ayudar a filtrar los usuarios de Twitter para encontrar el perfil adecuado que estás buscando para el cargo.

Publica ofertas de trabajo

Otra de las cosas que puedes hacer es publicar ofertas laborales directamente en tus mensajes de Twitter y pedir a tus seguidores que lo retwiteen. Al ser un mensaje que puede aportar valor, muchos de tus seguidores estarán encantados de retuitear tu mensaje.

¿Qué es SEO?

Si tu negocio no está en Internet, pierdes muchos puntos importantes para su avance. Para el marketing, esta plataforma es primordial y entrega una amplia variedad de herramientas. Una de ellas es el SEO. Para quienes no son expertos o no están familiarizados con el término, SEO (Search Engine Optimization) es un proceso que permitirá que tu página Web aparezca en los primeros lugares de resultados de los buscadores como Google, Bing o Yahoo!. Y lo consigue sin desembolsar dinero en anuncios publicitarios.

Pero no cualquiera puede realizar las técnicas SEO, ya que se requiere conocer el mercado para aplicar la mejor estrategia.

Además, algunas maniobras en el área SEO pueden resultar desmedidas y afectar los resultados naturales de los buscadores web, por lo que en ocasiones pueden ser consideradas como una forma de spam. Si esto ocurre Google o Yahoo sancionarán a tu sitio.

Es por ello que debes tener mucho cuidado en la planificación, ejecución y evaluación de tus acciones de SEO. Y para optimizar tu trabajo es recomendable que uses herramientas especializadas.

En el mercado existen muchas herramientas SEO. Hay gratuitas y de pago para todas las tareas y objetivos. Lo importante es que antes de elegir una de ellas conozcas el objetivo de tu empresa para elegir el programa que se adecúe más a tus necesidades.

A continuación, pasaremos a hablar sobre 4 herramientas para SEO y 10 consejos básicos de SEO, tomados de 2 artículos publicados en el sitio web: http://dinero-internet-plus.com/category/seo/

Cuatro herramientas para SEO

A continuación te entregamos un listado con cuatro herramientas de acceso y uso gratuito, que te serán de mucha ayuda para tus estrategias SEO:

1) Keyword Density Checker - Keyword Cloud

Con esta aplicación se puede ver muy fácilmente la densidad de palabras de una página web. Se listan todas las palabras usadas, con su cantidad y el porcentaje respectivo.

Además se muestra una nube de keywords (palabras clave) bastante gráfica de la página analizada, donde las palabras con mayor densidad aparecen más grandes. Muy útil para dar un vistazo en pocos segundos de las densidades de una página.

2) Search Engine Spider Simulator

Esta herramienta simula cómo ven una página web los distintos robots (spiders) cuando la analizan. Además se pueden ver los links que el robot encontrará de cada página.

Un programa sencillo, fácil de entender y muy útil, aunque la forma en que muestra la información no es la más óptima.

3) Screaming Frog

Tiene la cualidad de hacer la vida mucho más fácil para los consultores de SEO, principalmente mediante la presentación SEO relevante del sitio y el fácil manejo de pestañas.

Primero se debe dejar correr el programa para que arroje los primeros datos, errores, redirecciones o URLs incorrectas de un determinado sitio. Todos esos datos permiten un análisis mucho más veloz y preciso de una Web y los problemas o inconvenientes del mismo son más propensos a ser vistos y solucionados. Las características adicionales incluyen la capacidad de importar datos en hojas de cálculo Excel, lo que permite construir un reporte detallado.

4) SEO Site Rating Tool

A menudo cambios pequeños en las páginas web pueden generar grandes beneficios en los resultados generales del todo el sitio, más específicamente analizando las áreas de información de los METAs (título y descripción).

Esta herramienta permite ver toda esta información en una sola página y le asigna un valor a la eficacia de esta información. Como parte de esta aplicación web, recibirás las calificaciones de cada página y una calificación general de todo el sitio, producto del resultado de cada página individual.

Los 10 Consejos SEO básicos

A continuación les dejamos 10 Consejos SEO sencillos para que los posts tengan importancia para Google y puedan subir lo más rápido posible a las primeras posiciones de los resultados de búsqueda:

- 1) Poner la palabra clave en el título del post (como indicamos anteriormente)
- 2) Utilizar la palabra clave en varias frases o titulares como "h1 tag,h2 tag y h3 tag"
- 3) Poner una vez en negrita (bold) la palabra clave
- 4) Poner una vez en cursiva (*italic*) la palabra clave
- 5) Subrayar una vez la palabra clave (underline)
- 6) Adjuntar una foto al post que contenga la palabra clave en el Texto alt
- 7) Realizar un enlace desde el post a otro post de tu Blog
- 8) Poner la palabra clave en la primera línea del Post
- 9) Poner la palabra clave en la última línea del Post
- 10) Los posts no tienen por qué ser excesivamente largos pero sí debes escribir como mínimo 200 palabras.

Si comienzas a utilizar estos 10 consejos SEO te aseguramos que en poco tiempo la posición de tu post en Google mejorará notablemente. Y claro cuanto mejor sea nuestra posición en Google más fácil será que la gente nos encuentre, más tráfico visitará nuestro blog y más posibilidades hay de ganar dinero con el blog por ejemplo con los Anuncios Adsense.

Campaña de marketing en Social Media

Utilizar un dashboard de gestión como HootSuite puede ayudar en gran medida al éxito de tu campaña de comunicación y/o marketing en Social Media, ya que ofrece funcionalidades y herramientas diseñadas específicamente para monitorizar y gestionar profesionalmente tu presencia en múltiples redes sociales. Además, HootSuite está ideado para ser un centro de operaciones, por lo que integra en su panel de control prácticamente todo lo que necesitas en la gestión diaria de tu campaña.

A continuación, tienes algunos consejos y técnicas que puedes emplear para obtener mejores resultados en tu actividad en redes sociales y cómo HootSuite Pro, plan desarrollado para profesionales y agencias, puede ayudarte a ello.

5.2 Segundo: Sigue a quien te sigue (Que sienta que es importante para ti)

Monitorea y sigue monitoreando

Participar en las redes sociales no requiere tan sólo una partida de recursos, sino que necesita también un cambio en la mentalidad y filosofía respecto a

la relación que se establece con el cliente o usuario. Sea cual sea tu estrategia, ésta siempre debe tener un componente de escucha constante:

- Monitoriza qué se está diciendo de ti, y de tu sector de negocios, en todo momento y mantén toda esa información ordenada en pestañas y columnas en tu panel de HootSuite.
- Realiza búsquedas de tu marca y productos relacionados y guárdalas para tenerlas siempre visibles.
- Guarda también columnas con keywords claves en tu industria, para conocer qué sucede en tiempo real y poder participar en conversaciones relacionadas con tu área de negocio.
- No olvides incluir siempre en tus búsquedas los errores de escritura más frecuentes de tu marca y productos relacionados (en HootSuite, por ejemplo, es frecuente que los usuarios escriban HootSuit, HotSuite o HootSweet).
- Utiliza la búsqueda avanzada de Twitter en HootSuite para encontrar menciones con actitud positiva o negativa, información específica durante un período de tiempo determinado, etc.
- Monitoriza las menciones de tus competidores.

No te limites a realizar el seguimiento de tus propias palabras clave y menciones: amplía tu espectro de búsqueda para abarcar todos aquellos contenidos relacionados con tu empresa/producto. Ten además siempre visible tu columna de mentions y revisa/contesta, cuando sea necesario, cualquier mención directa que te hagan o en la que aparezcas.

Del Escritorio del TuitMaster

5.3 Tercero: Twitter tu vía #1 de comunicación, se constante!

Utiliza las listas

Organiza a tus contactos relevantes en listas útiles. Puedes crear grupos de

usuarios de tu marca o producto, de personas relevantes o de posibles

clientes interesados en tu área de negocio. Además de lo útil de monitorizar

y seguir estas listas en columnas de HootSuite, es muy posible que los

usuarios que incluyas en las listas perciban positivamente tu acción y

terminen visitando tu perfil, siguiéndote o acudiendo a tu website para

obtener más información sobre ti.

No olvides añadir a tus favoritos todas las menciones positivas que recibas o

cualquier información de interés que quieras agradecer o utilizar en un

futuro como referencia. Los usuarios también valoran ese tipo de detalles.

5.4 Cuarto: Consigue RT de Tuiteros Influyentes

Implica a los usuarios más influyentes

Identificar a los usuarios que más influencia ejercen en una determinada

área es clave para tu difusión y reconocimiento. Contáctalos y salúdalos;

date a conocer.

Con HootSuite es fácil encontrar estos usuarios:

142

- Cada vez que alguien te mencione o comente algo interesante sobre tu marca o industria, puedes conocer más sobre su perfil instantáneamente: número de followers/following, bio, página web y otros datos relevantes como su nivel de Klout (nivel de influencia) o la fecha en la que comenzó a utilizar Twitter. En la pestaña Insight encontrarás también otra información relacionada con el usuario.
- En la sección de estadísticas también tienes información esencial para tu campaña, ya que encontrarás un listado con los usuarios más relevantes que te han mencionado y que quizás tengan una actitud positiva hacia ti que puedes aprovechar (o una negativa que deberías intentar solucionar). Contáctales directamente, agradéceles sus comentarios y establece una relación con ellos.
- Al realizar una búsqueda, filtra tus resultados según Klout Score para identificar rápidamente a los usuarios más relevantes de manera instantánea en tus búsquedas.

Aprovecha siempre estos datos para conocer más sobre tus usuarios: ¿Son fans? ¿Trabajan en tu área de negocio? ¿Son muy activos en redes sociales? Y recopila toda esta información para ofrecer respuestas y contenidos relevantes para ellos. ¡Síguelos!

5.5 Quinto: Retuitea lo bueno y lo malo

Difunde tus mensajes de manera inteligente

Cada red social desarrolla una cultura única y con ella, distinto léxico y diferentes expectativas. Asegúrate de mantener tu estilo, pero ajustándolo a cada red con un contenido apropiado. En Twitter, por ejemplo, deberás limitar tus textos a 140 caracteres, incluyendo cualquier URL acortada; Facebook permite un texto más largo pero suele necesitar siempre una imagen asociada.

- Adapta tus mensajes y guárdalos como borrador en HootSuite para asegurar que son coherentes con tu política de comunicación, independientemente de quién los publique.
- Las campañas efectivas difunden los mensajes en un horario y emplazamiento óptimos: si quieres alcanzar a un público global, debes tener en cuenta los diferentes husos horarios y los picos de actividad en cada zona/región.
- Programa tus tuits y actualizaciones para ser publicados a la hora en la que es más probable que sean leídos según la región y el público al que te dirijas.
- Utiliza la actualización en lote. Programa, mediante un simple archivo CSV, hasta 50 tuits con un sólo clic. Ahorra tiempo y sé eficiente.

• Añade tus feeds RSS al perfil que desees en HootSuite, para que sean publicados automáticamente en tus cuentas.

Amplifica compartiendo

Cuando respondas mensajes y participes en conversaciones, intenta ofrecer siempre información interesante, útil y relevante. No un simple discurso de venta. Muéstrate como una fuente relevante.

- Amplifica rápidamente los mejores mensajes a través del Retweet desde la propia columna de búsqueda y/o guárdalos en tus favoritos para un uso futuro e informes.
- Utiliza el RT clásico o el nuevo RT de Twitter según tus necesidades y estilo de comunicación. Haz que tus usuarios y clientes se sientan escuchados y valorados al compartir sus mensajes.
- Utiliza el botón de Reply All para responder rápidamente a todos los implicados en un tweet. Envía también por e-mail cualquier contenido que quieras compartir.
- Ten siempre presente los #hashtags: utilízalos y crea nuevos cuando la situación lo requiera para apoyar la difusión de tu producto.

Recuerda que en HootSuite puedes añadir tus cuentas de Twitter, páginas y perfiles de Facebook, Linkedin, Foursquare, MySpace, Mixi, Ning o WordPress.com, además de otra infinidad de redes gracias a la integración de Ping.fm. Comparte cada contenido relevante en todas las redes que creas conveniente y abarca una amplia audiencia.

5.6 Sexto: Gana dinero!

Forma un equipo

Trabaja eficientemente gestionando múltiples cuentas con tu equipo. Cada

miembro de una compañía suele tener más experiencia en un ámbito

determinado, así que aprovecha ese expertise para responder y comunicar

siempre de la manera más adecuada a tus usuarios, clientes y amigos.

• Asigna (o reasigna) mensajes a otros miembros de tu equipo y realiza

su seguimiento para saber cómo y cuándo se ha resuelto cualquier

conflicto.

• Comparte tus columnas creadas con otros miembros para difundir la

información y remarcar aspectos o temas sobre los que quieres

trabajar.

• Añade comentarios a las asignaciones para anotar cualquier mensaje

relevante para tu actividad.

Geolocaliza

El éxito en redes sociales es para la mayoría de negocios, pero especialmente

para las PYMEs, una cuestión de conexión con su audiencia/clientes.

Encontrar los usuarios que pueden conectar con tu marca, por lo tanto, pasa

a ser una cuestión clave que puede ser sorteada en cierta medida gracias a

las búsquedas geolocalizadas.

146

Realiza búsquedas utilizando tu ubicación para encontrar tuits cercanos a tu negocio e identificar clientes potenciales o posibles fans de tu producto.

Sondea a tus usuarios

Gracias a las redes sociales, puedes tener un Focus Group instantáneo del que obtener valiosísima retroalimentación (feedback) rápidamente. Consulta a tus followers sobre determinados aspectos o decisiones que debas tomar en relación a tu marca/producto y consigue información de primera mano sobre qué está pidiendo el mercado y qué demandan tus clientes.

Puede ser tan fácil como escribir un mensaje, con dos opciones para elegir, en tu página de Facebook. Si añades a la consulta algún tipo de reconocimiento, como un premio o una oferta especial de tu producto, es posible incluso que la consulta alcance un número amplio de usuarios, más allá de tus propios followers. Followers que, por otra parte, es posible que se sientan valorados al participar en las decisiones sobre el producto o marca que utilizan y al cual siguen.

Analiza y después redefine

Una vez hayas lanzado tu campaña, y tus acciones en redes sociales estén funcionando, no olvides analizar qué está obteniendo buenos resultados y qué es posible mejorar. Según tu audiencia, el entorno, tu propia actividad, determinadas acciones pueden ser un gran éxito y otras no tanto.

- Ow.ly mide las estadísticas de clics y proporciona datos por mensaje,
 rango de fechas, región y referente para los enlaces creados mediante
 HootSuite.
- •En la sección de estadísticas de HootSuite, puedes obtener directamente información sobre los contenidos más populares y que más éxito han tenido en Twitter.
- Puedes incorporar a HootSuite Pro tus datos de Google Analytics y filtrar diversos parámetros como campaña, fuente, tráfico o rendimiento sin tener que cambiar de herramienta.
- •La integración con Facebook Insights te permite monitorizar todas tus Páginas en Facebook a través del propio panel de HootSuite.
- Puedes añadir parámetros específicos a tus URLs acortadas para utilizar posteriormente en Google Analytics u Omniture.

Conclusión

Monitorear y observar qué está sucediendo en las redes sociales en torno a tu marca será siempre la mejor vacuna para prevenir cualquier crisis futura. Responde rápidamente cualquier comentario, rumor o crítica injustificada con argumentos concisos y precisos para evitar que un contenido negativo esté fuera de tu control. No olvides que gracias a las redes sociales tienes la oportunidad de ofrecer respuestas de primera mano rápidamente.

Las redes sociales son un medio en el que, principalmente, las personas se comunican entre sí. No olvides nunca eso. Puedes establecer tu estrategia en redes de muy distintas formas: enfocándola al servicio al cliente, optando por una mayor difusión de información relevante o, por supuesto, a través de un marketing más directo. Pero no participes "sólo" vendiendo tu producto, consigue que tu presencia sea valorada y demandada.

Finalmente, después de todo esto, es cuando ves los resultados económicos, en otras palabras, ganas dinero.

6. ¿Twitter para siempre?

Esta sección de la guía se trata sobre una visión del futuro de cómo se desarrollará esta aplicación. Una visión dividida en 2 partes: una de Loic Le Meur(@loic), fundador de Seesmic, la visión de un gurú sobre el futuro de Twitter. Y la otra parte, es la visión del mismo cofundador de Twitter, Biz Stone (@biz).

Desde nuestro punto de vista ambas visiones son válidas y representan claramente el futuro de Twitter.

Según Loic Le Meur, fundador de <u>Seesmic</u> (aplicación para Twitter multiplataforma), estas son las 30 predicciones sobre el futuro de Twitter:

- 1. Twitter llegará a ser un producto de masas.
- 2. Te ayudará en tu negocio ampliando los usos específicos de Twitter para empresas.

- 3. La población en general no utilizará las mismas herramientas de Twitter que adoptó al principio y que usa actualmente.
- 4. Las actualizaciones de estatus estarán disponibles a través de todas las plataformas de Social Media.
- 5. Dentro de un tiempo nos reiremos cuando miremos hacia atrás y recordemos cuando teníamos que ir a cada plataforma a actualizar.
- 6. Twitter será dominante... como una placa madre en un ordenador donde meteremos aplicaciones.
- 7. La gráfica social se abrirá... lo que significa que podrás exportar a tus amigos a otras plataformas como LinkedIn... en este momento está bastante cerrada.
- 8. Twitter será el sitio para ir y conseguir una idea real y personal de las personas.
- 9. Twitter será también el sitio para visitar, buscar y encontrar información sobre la reputación de la marca de una empresa.
- 10. Twitter reemplazará los SMS para millones de personas porque:
 - Es portátil y archiva a través de dispositivos.

- No necesitas recordar un número de teléfono.
- No estás atado a un operador de móvil.
- 11. Twitter reemplazará el Chat para mucha gente. El intercambio de un mensaje directo es muy parecido a un Chat de verdad y las listas de Twitter son muy similares a una sala pública de Chat.
- 12. La localización será una de las actualizaciones de mayor estatus.
- 13. Las actualizaciones privadas serás mayores que las públicas, especialmente con la localización.
- 14. El estatus del eCommerce público no funcionará porque para la mayoría de la gente comprar cosas es muy íntimo y no quieren enseñar públicamente que se han comprado un coche nuevo o unos zapatos.
- 15. Las reseñas en directo de cualquier lugar como un restaurante o un producto vía Twitter se convertirán en estándar y conseguiremos cupones al entrar en tiendas basadas en la localización.
- 16. Las promociones de marcas y minoristas tendrán un gran éxito en los últimos minutos de acuerdos.

- 17. El uso de Twitter a través de la Web será una fracción de su uso a través del móvil.
- 18. Las actualizaciones de citas de estatus no serán grandes en Twitter.
- 19. Twitter no expondrá anuncios no relacionados en tus principales fuentes para no enfadar al usuario.
- 20. Habrá más dispositivos publicando actualizaciones en Twitter que hombres, tales como aviones, coches, escalas de wi-fi.
- 21. Las corporaciones tendrán equipos enteros dedicados a Twitter y las actualizaciones de estatus.
- 22. Los nuevos sitios web hiper locales serán ampliamente utilizados con el Geotagging de Twitter.
- 23. Google tendrá su propia plataforma parecida a Twitter y no comprará Twitter.
- 24. Habrá unas pocas alternativas para la búsqueda de nichos de mercado como la "Supervisión de la marca".

- 25. La empresa interna con servicios parecidos a Twitter se convertirá en Standard verás muchas listas privadas de Twitter con compañías.
- 26. Google y Bing serán los sitios para buscar Tweets.
- 27. Las aplicaciones verticales de Twitter empezarán a aparecer como:
 - Tweets en stock que ya han emergido y son populares.
 - Aplicaciones de salud.
 - Aplicaciones de moda.
- 28. Twitter continuará siendo más utilizado fuera de Twitter.com por plataformas como Seesmic y TweetDeck.
- 29. Habrá cada vez menos lenguaje de la empresa y encubrimientos en eventos públicos y gobiernos debido a la creciente transparencia de los blogs y búsqueda a tiempo real como Twitter, será cada vez más complicado mentir.
- 30. Pero detrás siempre habrá una persona:
 - · Sé tú mismo.
 - Transparente.

La visión del futuro de Twitter según Biz Stone:

"No estamos vendiendo ni venderemos. Queremos quedarnos con la compañía y seguir creciendo. Creo que hasta ahora hemos hecho, apenas, la mitad del trabajo. Está probado que Twitter puede ser una gran herramienta, tanto para las personas como para los negocios. Tenemos que probar que hay un negocio alrededor de nosotros sin perder de vista dos metas importantes: generar la cultura interna de ser una fuerza para el bien, como nos gusta decir, y forjar un gran lugar para trabajar. Todo esto, de la mano de construir un negocio que haga dinero y produzca ganancias. Por otro lado, continuar ampliando los idiomas. Hemos logrado el lanzamiento en italiano, francés y español, un mes después de anunciar el programa para que Twitter sea traducido por los propios usuarios. Ese fue un programa piloto, pero resultó tan exitoso que pensamos hacer lo mismo con muchos idiomas alrededor del mundo.

Otra de las formas en que queremos crecer es haciendo alianzas con empresas de telefonía móvil de todo el mundo para brindar el servicio a través de SMS, que es como nació Twitter (la limitación de extensión en los SMS es el origen de los 140 caracteres). Ya llevamos más de 65 alianzas y seguiremos creciendo en esa línea. La idea es que cada país tenga un código corto, para que los usuarios puedan enviar sus tweets sin necesidad de tener equipos costosos. Con esto lograremos crecer mucho en el Caribe, India e Indonesia."

