



13 estrategias para crecer en Twitter de manera 100% efectiva



Incrementa tu visibilidad en Twitter con estas 13 estrategias...

Indice

Tras una breve introducción, iremos viendo las siguientes estrategias:

- 1. Genera confianza desde el minuto uno – Deja abierto tu buzón de mensajes privados**
- 2. Personaliza todo lo relacionado con la imagen y el texto de tu perfil**
- 3. Comienza a crear una audiencia afín hacia el producto o servicio que desees visibilizar**
- 4. Mantén la lista de seguidores y seguidos al día**
- 5. Fija en la parte superior de tu perfil un tweet que muestre algo relacionado con tu marca**
- 6. Utiliza listas que te faciliten el trabajo de información**
- 7. Envía mensajes directos (MD), pero con cabeza**
- 8. Programa tus tweets en las horas con mayor número de seguidores/as activos**

9. Programa también los retweets (RT)

10. Etiqueta siempre que puedas a varios de tus seguidores

11. Crea encuestas que te permitan conocer mejor a tu público objetivo

12. Encuentra tus hashtags y genera los tuyos propios

13. Genera una verdadera comunidad en Twitter ayudando a tus seguidores

Introducción

Cualquier persona que se lanza a dar visibilidad a su marca personal o a ser “la cara visible de una empresa o institución” en Twitter, debería entender primero la finalidad que posee esta herramienta de comunicación y cómo queremos tener presencia en ella (lo cual implica cierta planificación estratégica). Para ello, comenzaré explicándote qué es Twitter y con qué fin se creó.

Según el propio Twitter es: “**el lugar para descubrir qué está pasando en el mundo en este momento.**” Y a la pregunta de ¿cuál es la finalidad de Twitter?, son tantas sus posibilidades de uso que hasta la propia herramienta sólo nos asesora en algunas cuestiones que nos sirvan de referencia, como se muestra en la siguiente imagen.

- **Noticias y política:** Obtén las últimas noticias locales e internacionales, mira el desarrollo de eventos políticos y participa en comunidades y movimientos sociales.
- **Deportes:** Desde las Olimpiadas hasta la Copa Libertadores, obtén actualizaciones en directo, descubre lo que los jugadores estrella dicen y conéctate con aficionados de todo el mundo.
- **Cultura pop:** Descubre lo que tus celebridades favoritas están haciendo. Síguelas en Twitter y participa en la conversación.
- **Personas influyentes:** Descubre lo que dicen los líderes de opinión y expertos del sector y conéctate con creadores, artistas y celebridades.
- **Servicios:** Obtén información y actualizaciones sobre transporte público, recibe ayuda y noticias sobre desastres y comunícate con representantes de servicio sin tener que hacer llamadas telefónicas.

Como puedes ver, su uso es tan variado que **tú podrás decidir el sentido y rumbo que le quieras dar**. Te lo voy a explicar mejor con un ejemplo:

- Imagina que eres profesor/a de Educación Física en un instituto de enseñanza secundaria y decides trabajar con el uso de las “nuevas tecnologías” aplicadas al área de E.F. entre los alumnos de 3º de la ESO, 4º de la ESO y Bachillerato, con el siguiente objetivo específico:

“Conseguir que el alumnado utilice de manera diferente la red social Twitter, organizando y difundiendo actividades físico-deportivas durante el tiempo asignado al recreo”

Pues bien, para lograrlo realizas el siguiente planteamiento estratégico...

- El alumnado de los cursos 3º y 4º serán receptores de información y creadores de contenidos.
- Los alumnos/as de bachillerato serán los organizadores y creadores de la información.
- La participación de todo el alumnado se realizará bajo la etiqueta (el hashtag): #recreosactivos

... y para ponerlo en marcha, sólo tendrías que establecer varios grupos de trabajo en Bachillerato para que organicen una actividad físico-deportiva que posteriormente será desarrollada y puesta en práctica durante los recreos. Estas actividades podrán ser planteadas previamente por ti o decididas en base al currículo de bachillerato por el propio alumnado.

Importante, tanto los preparativos y desarrollo organizativo de las actividades deberán irse difundiendo en Twitter bajo el hashtag #recreosactivos, para que los alumnos/as de 3º y 4º puedan elegir la actividad en la que participar durante estos recreos activos... Tanto antes, durante, como después el alumnado, el profesorado del centro y hasta los familiares de los alumnos podrán participar y seguir activamente todo aquello que suceda bajo este hashtag.

¡BIEN CARLOS, BIEN! Ya veo que puedo utilizar Twitter con una gran variedad de excusas pero, **¿cómo desarrollo estrategias de crecimiento que hagan aumentar el número de impactos entre mi público objetivo?**

Una vez puesto en situación y sabiendo que vas a poder enfocar el uso de Twitter hacia donde tú decidas, es el momento de plantearte lo siguiente: "¿Qué quiero conseguir con mi presencia personal o la de mi marca en Twitter?"

Para ello deberás poner el foco en uno o dos objetivos (no más) y generar contenidos que vayan encaminados a la consecución de los mismos, por eso coge papel y bolígrafo y rellena un cuadro similar al siguiente.

CONTENIDO A DIFUNDIR EN TWITTER
Objetivo 1: Ser referente en el mundo del entrenamiento
- Publicar artículos ajeros que hablen sobre métodos de entto personal y haga mi propia valoración.
- Dar a conocer los últimos estudios sobre entto personal.
- Dar algunos tips sobre elementos clave para conseguir objetivos claros en los entrenos.
- Publicar noticias sobre la importancia de realizar ejercicio físico.
- Publicar videos motivacionales relacionados con el deporte.
...
Objetivo 2: Vender entrenamientos personales
- Publicar tweet promocionales sobre mis servicios
- Publicar videos creados por mi, anunciando un servicio o producto.
- Grabar algún video entrenando con mi/mis clientes
- Subir alguna foto de grupo entrenando.
...
...
...
...
...
...

Ahora que tienes claro el/los objetivo(s) y los contenidos que debes comenzar a desarrollar y compartir en Redes Sociales, te voy a mostrar esas 13 estrategias clave que deberás tener presente si quieres que todo aquello que generes para tu comunidad tenga éxito.

Genera confianza desde el minuto uno – Deja abierto tu buzón de mensajes privados

Abre las puertas de tu Twitter tanto a seguidores como a no seguidores.



Facilita la conversación de manera rápida



Twitter a



Mensaje

Así verán tu perfil, tanto aquellos que te sigan como los que no.

Abre el buzón de mensajes directos (MD)

Abre la posibilidad a que tus NO seguidores te hagan llegar preguntas por privado sin necesidad de que te sigan.

Dentro de la opción "Configuración y privacidad" podrás activar la posibilidad de "Recibir mensajes directos de cualquier persona", de tal manera que podrás recibir mensajes de cualquier usuario de Twitter, incluso si no lo sigues.



Yo siempre lo aconsejo porque en la mayoría de las ocasiones debes devolver el "follow" para que alguien que te sigue se pueda comunicar contigo, de esta manera estarías eliminando una barrera y si se te pasa devolverle el "follow", siempre se podrá poner en contacto contigo.

Mi experiencia en la Federación de Salvamento y Socorrismo de Madrid es que mucha gente prefiere esta vía de comunicación rápida frente a tener que enviar un email al correo corporativo. Este pequeño detalle podría significar un potencial cliente satisfecho con tu servicio de atención personalizada vía Redes Sociales.

Personaliza todo lo relacionado con la imagen y el texto de tu perfil

Cuida todo aquello que tiene que ver con tu tarjeta de presentación.



Tu tarjeta de presentación en Twitter

A screenshot of a Twitter profile page. The header features a banner with the word 'HOMEDIA' in large, stylized letters. Below the banner is a profile picture of a man. To the right of the profile picture are statistics: TWEETS (2,738), SIGUIENDO (1,776), SIGUIDORES (2,415), ME GUSTA (1,849), LISTAS (18), and MOMENTOS (1). Below the statistics is a button labeled 'Editar perfil'. The profile name is 'Carlos LópezMartinez' with the handle '@CarlosLM'. The bio reads: 'Community Manager Deportivo. Lda. en C.C. de la Actividad Física y del Deporte. (Col. 10.426). Actual Social Media Manager en la @FederacionISS #RedesSociales'.

Así verán tu perfil, tanto aquellos que te sigan como los que no.

Crea tu tarjeta de visita online

¿Has rellenado la Bio de tu perfil, aprovechando los 160 caracteres que tienes para ello? ¿Has subido tu foto de perfil y de portada bien editada para entrar en el espacio predefinido por Twitter?

Si aún no lo has hecho, será lo primero en lo que deberás trabajar (o corregir), estos dos elementos bien “tuneados” serán tu mejor tarjeta de visita para tus potenciales seguidores/as.

¿Qué puedo poner en la Bio, Carlos? Es muy frecuente que me planteen esta cuestión, por eso quiero explicarte algo... cuando alguien que se maneja con cierta soltura en Twitter, utiliza con frecuencia su buscador y esté le devuelve los contenidos agrupados en las siguientes categorías:

DESTACADOS

MÁS RECIENTE

PERSONAS

FOTOS

VIDEOS

NOTICIAS

TRANSMISIONES

Como ves existe una categoría denominada “Personas”, que será fundamental para nosotros ya que nos aportará gran visibilidad para términos concretos de búsqueda por los que queremos posicionarnos. Pero, ¿cómo puedo aparecer yo ahí? ¡Muy sencillo! Te pongo un ejemplo, si eres entrenador de baloncesto y quieres ser conocido por esta actividad, porque ofreces entrenamientos personales a jugadores amateurs de Basket, al poner en tu Bio que eres “entrenador superior de baloncesto con 10 años de experiencia en las categorías inferiores de la FEB”, aquellos Twitteros/as que busquen a perfiles relacionados con el “baloncesto”, tú serás uno de esos perfiles relacionados con la búsqueda (¡OJO! También te posicionarás si en tus tweets hablas o comentas muchas cosas relacionadas con esa temática de búsqueda, pero esto no será siempre tan certero y directo).



Entre los contactos que aparecen en esta búsqueda algorítmica de Twitter, verás perfiles relacionados directamente con tu comunidad

A caballo entre la estrategia 1 y 2 tienes una opción muy buena que Twitter ha puesto en marcha hace unos cuantos meses, son los “Días de atención al cliente” donde sin necesidad de restar caracteres a la descripción de tu Bio podrás incluir los horarios donde te podrán consultar cualquier duda sobre tu servicio o producto.

Para configurarlo sólo deberás acceder al siguiente apartado y personalizar tu horario de atención al público.

<https://business.twitter.com/i/settings/support>

Customer support

Business features

Get **business features** and profile elements, including support hours and a prominent message button. Business accounts can use **customer support features**, such as automated welcome messages in Direct Messages and an indicator showing they provide support.

[Remove business features](#)

Direct Messages

Receive Direct Messages from anyone

Make it easier for people to contact you privately. When you check this box, you'll be able to receive messages from anyone on Twitter, even if you don't follow them.

Support account

Show that my account provides support

When you check this box, "Provides support" will appear beside your account name in search and compose suggestions. A Message button will also be added to your profile. [See example](#).

Support hours

Help people know the best time to Tweet or send a Direct Message. If your account provides support (and you checked the box above), you can add the hours you're most responsive to your profile. [See example](#).

Your available time for support

9:00 am - 8:00 pm on Monday, Tuesday, Wednesday, Thursday, Friday

[Edit hours](#) [Remove hours](#)

Welcome messages

Greet people when they start Direct Messages to help them understand what you can do for them.

Welcome message

People will see this when they start a Direct Message to you.

Si deseas añadir una respuesta automatizada que sea sólo para decir que has recibido correctamente el MD y que a la mayor brevedad posible facilitarás una respuesta personalizada

Comienza a crear una audiencia afín hacia el producto o servicio que desees visibilizar

Tienes que hacerte ver entre tu público objetivo, si te muestras a compañeros/as de profesión sólo te expondrás ante tu competencia.



Apunta directamente a tu target

TWEETS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	ME GUSTA	LISTAS
2.744	1.783	2.416	1.852	18

No sigas a lo loco con tal de conseguir un número elevado de seguidores.

Buscando en Twitter el target ideal

Tal vez te pueda parecer un elemento a considerar de sentido común pero si piensas en las primeras 20 ó 30 primeras personas que comenzaste a seguir, ¿Cuántas son familiares, amigos o en el peor de los casos algún que otro famoso?

Esto es un error muy común que el propio Twitter se encarga de servirte en bandeja, por eso es importante que desde ¡YA! te deshagas de todas aquellas personas a las que sigues que no aportan nada de valor a tu comunidad.

A cambio, te voy a proponer **3 maneras diferentes** y muy efectivas **para conseguir followers de gran calidad**, rumbo a tu objetivo:

* Utiliza el buscador de Twitter:

Tal y como has visto en el punto anterior, lo mismo que a ti te pueden encontrar, tú también deberías utilizar el buscador de Twitter.

¡Pero cuidado! ¿Qué público (siguiendo con el ejemplo del baloncesto) sería más relevante para ti? ¿Los jugadores e instituciones relacionadas con el baloncesto o los entrenadores/as como tú? Esto también suele ser un error muy común, ya que debemos pensar más que en la temática, en la intención de tu público objetivo, ya que será más fácil que te soliciten clases particulares jugadores de baloncesto que entrenadores de otros clubes ¿no?

Buscar en Twitter



A pesar de lo dicho, como no todo es blanco o negro, deberíamos valorar si otros entrenadores/as de baloncesto nos podrán empujar hacia nuestro objetivo.

* Busca en los "followers" de perfiles afines a tu marca

Esta manera de localizar potenciales seguidores es una de las más efectivas, ya que si entramos a ver quién o quiénes siguen a perfiles de nuestro interés, seguramente encontremos más de un 50% de seguidores objetivos. Si continuamos con el ejemplo del entrenador de baloncesto, si entro a ver quiénes son los seguidores de un club de baloncesto, encontraré a muchos jugadores, así como a familiares de estos chicos que muy probablemente te devuelvan el "follow" y se interesen por tu contenido.



Consejo COLEF @ConsejoCOLEF TE SIGUE	TWEETS 5.060	SIGUIENDO 2.695	SEGUIDORES 7.087	ME GUSTA 1.244	LISTAS 2
--	------------------------	---------------------------	----------------------------	--------------------------	--------------------

* Busca entre aquellas personas que retwittearon (RT) o les gustaron tweets relacionados con tu objetivo de marca:

Piensa por un momento, ¿qué sueles RT o a qué sueles dar me gusta en Twitter? Si entre tus respuestas está: "A todo aquello que responde a mis intereses o aficiones", deberás de pensar que el 99% de la gente actúa de la misma manera, por lo tanto buscar en perfiles de tu interés uno de los Tweet con más RT y con más "me gustas" nos puede aportar un gran número de seguidores objetivos.



Marcado como Me gusta 34 veces

Francisco López @flopezvaras · 16 abr.
Nuestros Catedráticos Alejandro Lucia y Margarita Pérez impulsores de la investigación que avala esta iniciativa @UEuropea
twitter.com/carlosmsm/sta...

José González Moreno @JoseGMoreno10
CC de la Actividad Física y del Deporte.
Educación Primaria con Mención en EF.
Entrenador de primer nivel de Baloncesto FAB. Monitor de natación RFEN.
Siguiendo

Diego Megías @diego_megias
Fitness Coach Al-Najma F.C (Premier League) Sports Scientist Kuwait
pulseperform.com. Coach @UEFA Pro.
Professor @FFCM_Futbol. MSc @COE_es. MSc @ucim_es.
Seguir

Mantén la lista de seguidores y seguidos al día

El saneamiento frecuente de tus listas de seguidores y seguidos te servirá para conocer la salud real de tu perfil en Twitter.



Chequea "la salud" de tu audiencia

TWEETS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	ME GUSTA	LISTAS
2.744	1.783	2.416	1.852	18

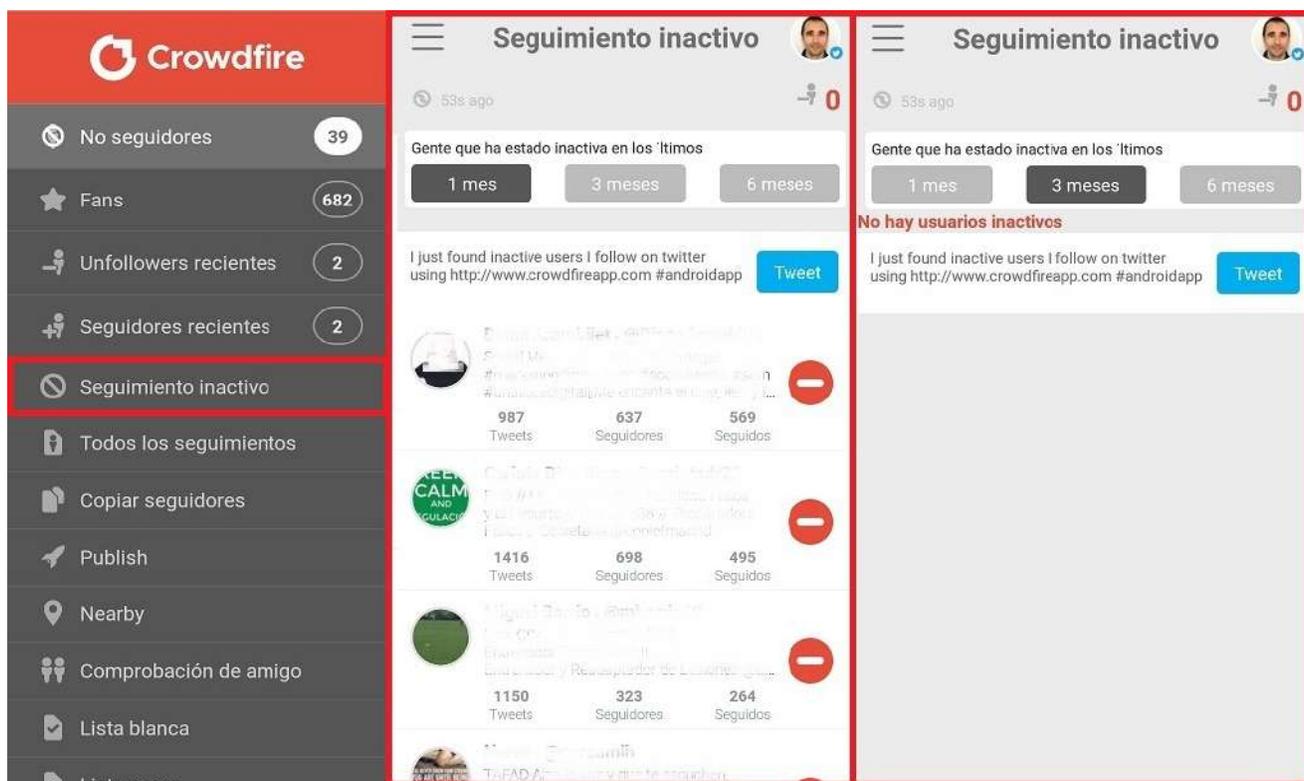
Siempre sabrás quién es tu audiencia real y si están activos en Twitter.

Sigue y deja de seguir

Debes mantener siempre un equilibrio entre el número de personas que sigues y que te siguen. Es decir, no puedes tener un mayor número de seguidos que de seguidores (como mucho "fifty fifty").



También debes tener en cuenta que muchas de las personas que sigues, a lo largo del tiempo deciden dejar de utilizar Twitter, por lo que tendrás que limpiar la lista de esos seguidos que ya no te aportarán nada... por suerte o por desgracia, cuantos más seguidores tienes más atractivo sueles ser y el crecimiento es más exponencial. A pesar de esto último, lo más importante para ti será saber que aquellas personas a las que sigues continúan activas y son seguidores objetivos de tu marca.



Fija en la parte superior de tu perfil un tweet que muestre algo relacionado con tu marca

Muestra aquello que te gusta twittear con más frecuencia.



Impacta con un buen Tweet



Tweet fijado

Así tu posible audiencia valorará mejor, si seguirte o no.

Deja en lo más alto de tus publicaciones el TWEET

¿Qué hacemos cuándo alguien nos da un "follow"? Estoy seguro que lo primero que harías tú sería entrar en su perfil, leer su Bio, ver las imágenes del perfil y de portada, ver el número de seguidores que tiene así como curiosear alguno de sus Tweet, ¿he acertado?

Si es así, piensa que el resto de twitteros/as harán prácticamente lo mismo, por eso deberás elegir bien el primer tweet que junto al punto 2 será uno de tus mayores captadores de "followers".



Utiliza listas que te faciliten el trabajo de información

No pierdas información relevante para tu comunidad por culpa de multitud de tweet que no te dejan ver el bosque.



Encuentra rápidamente el contenido de interés

TWEETS
24,3 K

SIGUIENDO
646

SEGUIDORES
7.129

ME GUSTA
14,8 K

LISTAS
35

Aquí encontrarás tu mejor fuente de contenidos de valor.

Crea listas según los contenidos a compartir

Las listas son una magnífica forma de realizar, lo que los Community Manager llamamos “curación de contenidos”, es decir fuentes de las que obtener contenido de valor para compartir entre nuestros seguidores.

Estas listas pueden ser públicas o privadas y te serán de gran utilidad para encontrar de manera rápida las publicaciones que han realizado los miembros incluidos en esta lista. Por ejemplo, si yo me creo una lista con 15 profesionales en fisiología del ejercicio, cuando entre en ella veré de manera cronológica (de más reciente a más antigua) todas las publicaciones que han hecho estos expertos, pudiendo RT, dar a favorito o simplemente consultar la información compartida.

TWEETS **24,3 K** SIGUIENDO **646** SEGUIDORES **7.129** ME GUSTA **14,8 K** LISTAS **35**

Suscrito a **Miembro de**

RUNNING por Josemi del Castillo

Expertos, Entrenadores y Deportistas.

48 miembros



CCAFYDE / INEF por Josemi del Castillo

- Intentando hacer una lista que agrupe a todos los CCAFYDE (INEF) que están en Twitter.

1448 miembros



MÉDICOS por Josemi del Castillo

Médico deportivos o con vinculación al mundo del Deporte

32 miembros



Es importante que sepas que a las listas públicas te podrás suscribir, esto quiere decir que no siempre tendrás que andar generando tus propias listas sino que te podrás beneficiar de las creadas por otros.

Algo muy positivo que tienen las listas es que podrás seguir a gente y controlar todo lo que publican sin necesidad de seguirles, esto sería ideal en caso de querer observar a tu competencia sin saber que lo estás haciendo (importante que esta lista sea PRIVADA).

TWEETS	SIGUIENDO	SEGUIDORES	ME GUSTA	LISTAS	MOMENTOS
2.745	1.783	2.416	1.852	18	1

Suscrito a **Miembro de**

Personas responden MD 

Son aquellos compañeros/as que responden a los MD

238 miembros 

Información Deportiva 

Perfiles que hablan sobre deportes o algún deporte en concreto

27 miembros 

También debes saber, que cuando incluyes a alguien en una lista pública, la persona o marca incluida recibirá una notificación avisándola de que ha sido incluida en "tal lista de tal persona".

Nota: Estas listas creadas por otros Twitteros/as también podrían servirte para buscar seguidores objetivos (apartado 3), pero en líneas generales suelen estar formadas por gente influyente con un gran número de seguidores y que tal vez no te devuelvan el follow, pero todo es probar.

Envía mensajes directos (MD), pero con cabeza

Si te gusta recibir un trato personalizado y exclusivo, seguro que a tu público también.



Genera un vínculo con tu audiencia



Conviértete en un perfil más humano para tu público.

Comienza a generar mayor empatía con tu audiencia

El envío de mensajes directos es una forma muy particular y cercana de establecer un vínculo con alguien de manera online, por lo que este privado deberá ser redactado de manera personal y humana, con esto me refiero a huir de los mensajes automatizados que estoy seguro que habrás recibido en alguna ocasión y que tan poca gracia te hacen (te confieso que yo al principio enviaba mensajes automatizados y así descubrí su escasa o nula efectividad).



Cuando envíes un mensaje privado dando las gracias a un nuevo seguidor/a OBJETIVO y este te responda, te aconsejo que lo guardes como oro en paño en una lista privada que puedes llamar "Personas que responden MD". En un futuro ya pensarás que puedes hacer con esta lista de personas que han tomado la molestia de devolverte el saludo... por ahora poco más que decir sobre estos MD de bienvenida y agradecimiento.

Programa tus tweets en las horas con mayor número de seguidores/as activos

Comunica cuando tengas un mayor número de seguidores/as conectados.



Aparece justo cuando tu audiencia esté online



Publica sólo en aquellas franjas horarias donde tengas más posibilidades de ser leído.

Hazte notar en hora punta

¿Crees que publicar un tweet a las 8 de la mañana tendrá el mismo éxito que un tweet que publiques a las 10 de la mañana? Tal vez dependa mucho de tu público objetivo pero en líneas generales y si visualizas la rutina diaria de mucha gente, existen horas punta y horas valle en las Redes Sociales, por lo que si verdaderamente quieres generar un número de impresiones alto de tus publicaciones y que estas sean compartidas, deberás publicar en los momentos que más audiencia tienes conectada en Twitter.

Si continuas atento a todo el trabajo que voy a ir lanzando en mi blog y en el resto de redes sociales descubrirás de qué manera yo conozco las horas punta de mi comunidad, pero ya te avanzo que aunque existen montones de herramienta, mi favorita es Buffer... aunque cuenta con varias opciones Premium, esta funcionalidad la puedes encontrar en su uso gratuito.



Programa también los retweets (RT)

Los retweet también son relevantes para dar valor a tu perfil.



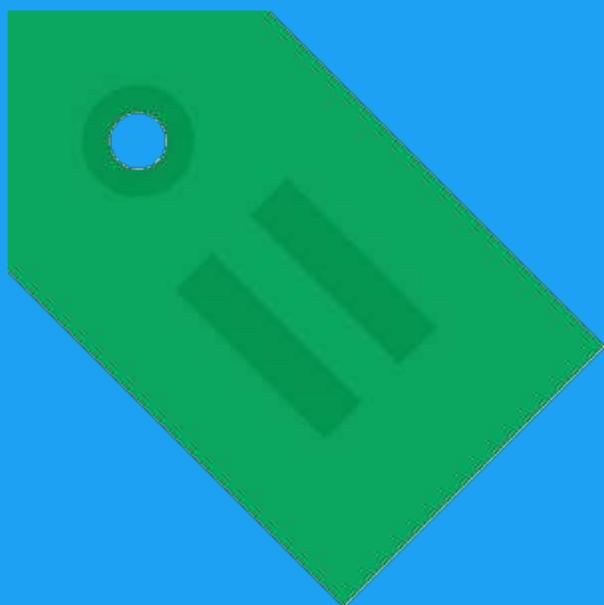
Demuestra que tus RT son valiosos



Al igual que un tweet creado por ti mismo, publica sólo en aquellas franjas horarias donde tenga más posibilidades de ser leído.

Etiqueta siempre que puedas a varios de tus seguidores

Intenta que cada tweet llegue lo más lejos posible, mostrándose a un público muy objetivo.



Indica a personas concretas que vean algo

 ¿Quién aparece en esta foto?

Los perfiles etiquetados serán notificados por Twitter de esta acción.

Etiqueta y Reetiqueta

Si has decidido adquirir este ebook es muy probable que te suscrierías a mi blog para descargar el PDF "anatomía de un tweet de éxito", y ya sepas en qué consiste el etiquetado de gente en una publicación pero hoy te diré algo nuevo que tal vez no sepas...

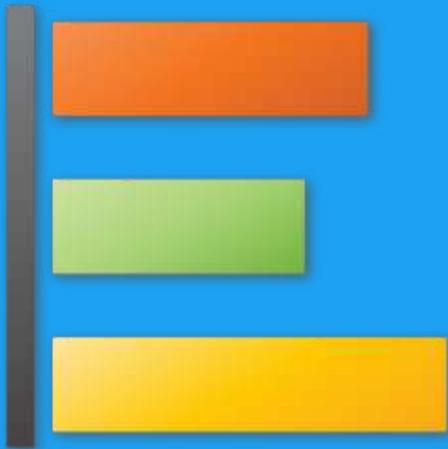
En el PDF te hablaba de la posibilidad de multiplicar x10 el número de impresiones, pues bien actualmente ese número se puede multiplicar por 2.

Te podré un ejemplo sobre cómo conseguirlo: Imagina que crear una infografía sobre "los 3 errores más frecuentes a la hora de entrenar la resistencia" y al compartirlo etiquetas a 10 seguidores interesados en la temática ¡Perfecto seguro que el número de impresiones e interacciones será elevado! Pero ahora viene lo mejor... a la semana decides crear otra infografía con "los 3 errores más frecuentes a la hora de entrenar la fuerza" y para alcanzar ese elevado impacto que te propongo sólo tendrás que ir al tweet de tu primera infografía, dar a responder y tras decir a modo de introducción que compartes una nueva infografía aprovechas para etiquetar a 10 nuevas personas y ¡Voalá! Ya tienes un tweet que será notificado a 20 personas diferentes.



Crea encuestas que te permitan conocer mejor a tu público objetivo

Descubre todo aquello que caracteriza a tu audiencia (gustos, aficiones, ...)



Demuestra a tu público que les escuchas

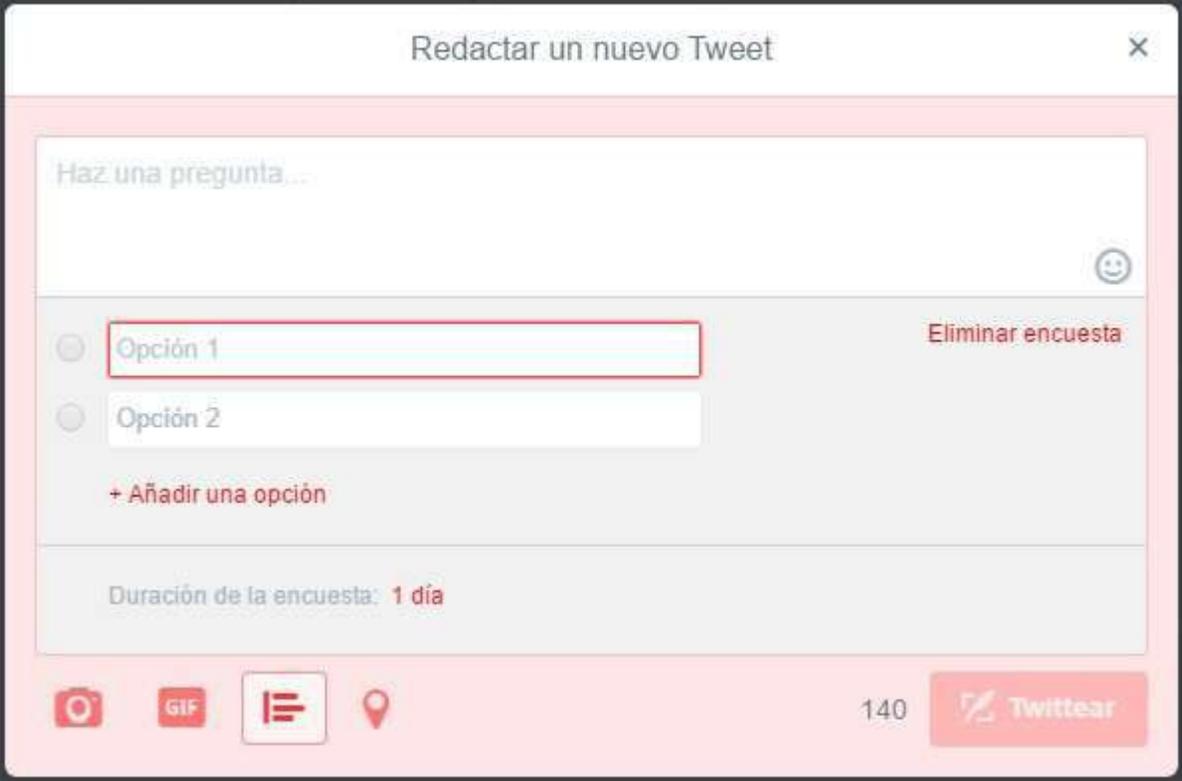


Las encuestas demanda una atención especial de tu audiencia y un sentimiento que les impulsa a darnos una respuesta.

Encuesta a tu público para entenderlo mejor

Como estás viendo, en todos los puntos estratégicos que te voy comentando **la cercanía con tu comunidad** es fundamental, por eso si a ti cuando te preguntan lo agradeces porque te sientes escuchado, a tu comunidad le gustará exactamente lo mismo (es un sentimiento innato).

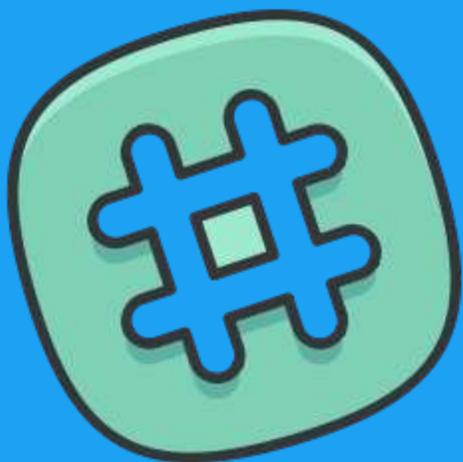
Con esta estrategia no solamente estarás mostrando una mayor cercanía hacia tus seguidores/as sino que además recibirás un feedback importantísimo para saber que gusta o que deja indiferente a tu comunidad... ¿Por qué perder el tiempo en contenidos que no generan interés? (Tal vez esta cuestión, como otras que te estoy planteado, merezcan alguna reflexión más profunda por tu parte pero si piensas de manera simplista, poniéndote en la piel de Twitter, tal vez pases del contenido que no gusta).



The image shows a screenshot of the Twitter mobile app interface for creating a new tweet. The title bar at the top reads "Redactar un nuevo Tweet" with a close button (X) on the right. Below the title bar is a text input field with the placeholder "Haz una pregunta...". To the right of this field is a smiley face icon. Below the text field are two radio button options: "Opción 1" and "Opción 2". The "Opción 1" text is highlighted with a red rectangular box. To the right of these options is a red button labeled "Eliminar encuesta". Below the options is a red button labeled "+ Añadir una opción". At the bottom of the poll section, it says "Duración de la encuesta: 1 día". At the very bottom of the screen, there is a row of icons: a camera icon, a GIF icon, a list icon, and a location pin icon. To the right of these icons is the character count "140" and a red button labeled "Tuitear".

Encuentra tus hashtags y genera los tuyos propios

No pierdas ningún contenido de valor en la inmensidad de la red.



Organiza tu contenido con etiquetas

#fitness

Los hashtag son las etiquetas que marcarán tu contenido dentro de Twitter.

Busca o crea un Hashtag

La creación de hashtags o la búsqueda de aquellos que más interacción poseen, cuando tratas un determinado tema, será otro punto clave a considerar en tu planificación estratégica porque te servirá para 2 cosas fundamentales:

1° No perder nunca, en la inmensidad de la red, el contenido que has lanzado y

2° Que tu contenido sea localizado por aquellas personas que buscan saber sobre tu temática.

Si volvemos al ejemplo sobre la infografía, tal vez cuando lo lances también podrías incluir la etiqueta o el hashtag #gimnasio porque estoy seguro que algún Community Manager de un Centro Deportivo podría tener monitorizada dicha etiqueta y considerar de valor tu tweet para compartir con su comunidad o simplemente alguien que decide utilizar el buscador de Twitter para encontrar información sobre la palabra "gimnasio".



Genera una verdadera comunidad en Twitter ayudando a tus seguidores

Si quieres recoger tendrás que sembrar, ayudando a tu comunidad.



Coopera de una y mil formas diferentes

 Horario de atención |  ...

Desde un simple RT a una respuesta concreta de una duda, las formas de cooperar en Twitter son muy variadas.

Ayuda a tu audiencia

El verdadero engagement es aquel que consigues construir, cuidando a tu comunidad día a día. Esta ayuda, que en ocasiones puedes pensar que te está llevando demasiado tiempo y es poco productiva para tu negocio, te puedo asegurar que está dando sus frutos... En ocasiones la gente que ha recibido la ayuda o un comentario positivo en las redes, no lo aprecia o no te devuelve ni una sola respuesta pero la observación de muchos seguidores/as hacia tu marca o negocio está siendo constante, sea para bien o para mal, por eso deberás planificar un tiempo diario o semanal a cuidar este aspecto tan relevante para tu imagen.

Espero que este ebook haya sido de tu agrado y a partir de ahora consigas una verdadera audiencia, que te haga creer en el poder de esta red social.

**LA CONTINUIDAD FUTURA DE ESTA RED SOCIAL ESTÁ EN NUESTRAS
MANOS...¡CÁRGALA DE VALOR!**



Mi Twitter

@CarlosImSM

¿Deseas profundizar más en el uso
y manejo de esta red social?

Aquí tienes una formación online
que he subido a la plataforma
Udemy

bit.ly/cursobasicotwitter

En agradecimiento por haber llegado hasta el final de
la lectura.... Si me envías un correo electrónico a
info@carloslopezmartinez.com con el asunto "código
descuento", te lo haré llegar lo antes posible.

