

Y estamos acá, en un nuevo contenido y particularmente, vamos a estar explorando un poco más de la plataforma Twitter, como vimos en el video anterior.

En el vídeo anterior vimos que habíamos, bueno, visto algunas cuestiones que tenían que ver con los fundamentos de Twitter, algunas cosas para empezar a posicionarnos, algunas cosas tener en cuenta dentro de la plataforma y ahora lo vamos a ver directamente desde, en definitiva, ya la plataforma Twitter, ¿no?

Hablábamos que todo lo que tenía que ver con ese primer vistazo que la gente se llevaba de lo que nosotros en este punto estamos tratando de mostrarnos, entonces hablábamos un poco del nombre de todo lo que tiene que ver con la descripción, en definitiva, todas aquellas cosas de foto de perfil, de portada, de tweet fijado, son cosas que son importantes al momento de nosotros querer visibilizar, en una cuenta que utilizamos profesionalmente, bueno, cómo queremos que en ese primer vistazo nos encuentren. Ya sea utilizando el nombre con el cual queremos que no se encuentren, poniendo algún tipo de "nick name", un nombre de usuario asociado al nombre de marca y en definitiva, definiendo acá, todo lo que tiene que ver con lo que profesionalmente nosotros queremos que se vea de nuestra marca, ¿no?, en mi caso como yo quiero que se vea que fortalezca la marca personal de profesionales independientes, director de tal, fundador de tal, algunas otras cuestiones que tienen que ver con la descripción, en este punto, de mi profesión, como es una cuenta de profesional independiente, en este sentido, bueno, trato de que se vea un poquito de eso, la foto de portada es un escenario, es un lugar en donde se dan conferencias y demás, entonces desde la imagen, desde todo lo que tiene que ver con la descripción, desde la todo lo que es el tweet fijado, en donde yo muestro, por ejemplo, la presentación de uno de mis libros, entonces, en definitiva, todo este tipo de cosas dan una imagen que en un primer vistazo una persona se puede hacer una idea de qué se va a encontrar en mi perfil o, por lo pronto, dentro del uso profesional, me da a mí algunas pautas de credibilidad al momento de utilizar Twitter, como profesional. En este sentido, ya sea se encuentren mi posicionamiento, ya sea en marca personal para profesionales independientes, que encuentren un poco desde la visual lo que hago, ya sea mi foto de perfil en mi portada y en mi tweet fijado que vean algo que a mí me interesa que vean, en este caso lo de autor, lo de escritor y algún otro tipo de datos que yo pongo acá, en mi tweet fijado, que pueda servir para ganar un poquito más de aporte, de credibilidad en este punto, con la marca personal, ¿no?, entonces, pongo dos veces invitado a la feria del libro, recomendado la semana en tal revista, entrevistas y reuniones con personas inspiradoras, bueno, distintos tipos de cosas que ayudan a que en ese primer vistazo, una persona pueda encontrarse con vos. También otra de las cosas que podemos poner en el perfil es bueno, una categoría, yo elegí emprendedor, hay distintos tipos de categorías que uno puede poner también, al momento de parametrizar su perfil, en dónde estás ubicado, algún enlace, yo puse el enlace, están ambos, vos podés poner alguna web, podés poner alguna tienda de productos, podés poner distintos tipos de espacios donde querés que te contacten y en este sentido, todo este tipo de cosas lo podés hacer tocando el botón "editar perfil" que también lo encontraste dentro tiene que ver con el celular y acá vos podés ir tocando tu nombre, tu biografía, tu ubicación, tu sitio web, en este caso, yo puse el de Instagram, vos podés poner el que vos quieras, tu fecha de nacimiento y también, editar tu perfil profesional, ¿no?, en este caso, la categoría y elegir si en este punto, vos querés cambiar o no la categoría. Dentro de la categoría hay un montón de categorías, como ves, en este punto, hay algunas que aparecen por defecto, sin embargo vos podés buscar más y vas a encontrar que hay muchas otras. Elegí las que más, en este caso, bueno, se encuentren más cercanas a lo que vos querés mostrar. En mi caso, como no hay especialista en marca personal y otra de las cosas que también a mí me representa, es todo lo que tiene que ver con el emprendimiento, puse emprendedor, sin embargo, vos, según sea para una marca personal o sea un negocio, vos vas a elegir a ver qué es lo que mejor te representa. En este sentido, lo estamos viendo con una marca persona, podemos ir a un perfil, a otra cuenta que yo también administro, en este caso, es una cuenta de E-sports, de deportes electrónicos, y en este sentido, también, ¿no?, tu posicionamiento, bueno, E-sports Coaching Latam, que todo lo que tiene que ver con el nombre, foto de perfil asociada con la marca, portada asociada con la marca, en este punto la descripción contenidos de comunicación, conducción de equipos, marca personal, bueno, son distintas cosas que te posicionan a vos y las personas con un primer vistazo pueden saber a qué van con esa marca, pero acá a diferencia de la otra, en donde veíamos que era un poquito más de credibilidad y referencia, yo acá lo que trato es de, en este caso, tener una publicación de engagement, que lleve a las personas a comentar y a querer sumarse a algún canal en donde yo quiero que tener una comunicación más directa, entonces yo tengo de publicación fijada el grupo de whatsapp que armamos, ¿no?, entonces acá, por ejemplo, pongo las fotos de lo que, algunos elementos de valor que se ven, que se dan en el grupo de whatsapp y las personas se dejan el comentario en este tweet fijado, por ejemplo, esta publicación tiene 48 comentarios, en este sentido, a medida que la gente va comentando, yo les voy enviando la información de cómo acceder al grupo de Whatsapp, entonces es como un "lead-magnet", ¿no?, un atractor de clientes potenciales o seguidores de interés que a mí me interesa que, bueno, estén un poco más cerca mío, entonces en definitiva también puede ser una buena estrategia dentro lo que tiene que ver con

Twitter, al momento de utilizarla ya como una marca, tener acá algún tipo de "lead-magnet" que te permita a vos hacer un poco más de contacto con la gente, ¿no?, así que, en definitiva dentro de este tipo de cosas, funcionan muy bien todo lo que tenga que ver con ese primer vistazo de Twitter.

Y dentro de lo que tiene que ver con Twitter, volvemos a la cuenta de personas, tenemos acá también algunas otras opciones, ¿no?, nuestra en nuestra barra lateral izquierda, que son inicio notificaciones, perfil y demás y si vamos a más opciones, vamos a encontrar algunas otras cosas que son interesantes de Twitter, entre ellas "Analytics", que son las estadísticas así como la vimos con todo lo que tiene que ver con Facebook, así como la vimos con Instagram también podés ver tus analíticas de Twitter ¿no? y en este caso en el analítica de Twitter, vos también podés ver cuántos tweets llevas en un periodo determinado, las impresiones, las visitas al perfil, si te mencionaron, si ganaste seguidores y en definitiva acá, mes a mes, vos vas viendo cuál fue tu tweet principal, tu tweet principal con contenido multimedia, en definitiva, el resumen de Marzo, hasta ahora te va diciendo cuántos tweet hiciste en Marzo, impresiones en ese mes y demás, y así vas viendo, bueno, por ejemplo, quién es tu seguidor principal y así vas viendo, en cada uno de los meses en Febrero lo mismo, en Enero lo mismo, en Diciembre lo mismo y así vos vas viendo información relevante como para poder ir midiendo y viendo a ver de qué manera evoluciona tu cuenta, En este sentido, es muy interesante también el analytics. Lo podés ver así en resumen general, acá arriba tenés las opciones también para ir midiendolo más en específico, por ejemplo, en tweets concretos, en donde vos vas viendo semana a semana cómo fue la evolución de tus impresiones y en relación al periodo que estén marcando tus tweets, cómo evolucionaron, ¿no? Acá, en el periodo que está marcado, yo tengo cuatro tweets, entonces dice, impresiones, cuántas impresiones tuvo cada uno, interacciones, cuántas interacciones tuvo cada uno y en definitiva, la relación entre impresiones-interacciones da una tasa de interacción del 6.4, del 7.0, del 1.5, del 0.9. Esto también te ayuda a entender a ver de qué manera también va interaccionando y resonando tu comunidad con tus publicaciones, ¿no?, la tasa interacción es un signo en este punto de también de cómo, de cómo se mueve, no solamente la tasa de interacción, sino la cantidad de interacciones absolutas también ayuda, ¿no?, va a haber algunas otras cosas que pueden ser interesantes de nuestra cuenta, en este sentido, también acá, en "más", podés ver lo mismo, pero en vídeos, en seguimiento de conversiones, si vos le pusiste algún tipo de pixel o algo, esto es un poquito más avanzado, sin embargo está acá y el administrador de eventos que es, bueno en definitiva, cómo vos estás midiendo en otros sitios, en otros sitios externos, todo lo que tenga que ver con tu actividad en Twitter, que es un poco más avanzado, pero también lo encontras en analytics. Así que en definitiva, analytics de Twitter es también muy interesante al momento de sacar todo lo que tiene que ver con conclusiones.

Vamos a mostrar lo mismo, pero desde la cuenta de marca en donde también tenemos la posibilidad de ir a analytics y medir nuestros contenidos, acá hay muchos más contenidos, ¿no?, entonces en definitiva también vamos a tener un poquito más de volumen de datos, sobre todo en la parte de bueno, en este punto de opciones, ¿no?, cuando vamos a vídeos también vamos a poder ver los distintos vídeos que nosotros fuimos subiendo y todo lo que tiene que ver con las reproducciones, la tasa de finalización, en definitiva, de la gente que lo reproduce, cuántas personas terminan ese vídeo y en definitiva también, es una métrica muy interesante para ver con qué temas están resonando tus seguidores y en definitiva, bueno, qué contenidos están funcionando mejor, porque quizás con este tipo de contenido o podés hacer otros contenidos similares o podés pautar esos contenidos que están funcionando bien. Después, nosotros una vez que nos metemos en cada uno de los detalles de los vídeos, también tenemos detalladas más estadísticas, ¿no?, reproducciones de vídeos, minutos visualizados, tasas de finalización, si hay un botón o llamado a la acción, cuántas personas se hicieron clic, en este caso, no hay un llamado a la acción, pero si uno generara algún tipo de tarjeta o algo en Twitter, también eso te puede ayudar a generar, bueno, tasas de interacción o botones agregados a la pantalla, ¿no?, en este sentido, es algo muy interesante que también se puede hacer desde Twitter, ¿no? Así que, en este punto, yo los animo a que puedan, en esta primera instancia, trabajar sobre ese primer vistazo del perfil, en este sentido todo lo que tenga que ver con la publicación fijada, todo lo que tenga que ver con la descripción, con el usuario, la foto de perfil y la portada, que son elementos muy interesantes que en un primer vistazo dan la posibilidad de las personas de conocer lo que estamos haciendo, de agregarle, en este sentido, cuál es tu categoría, en este caso yo puse comunidad, como en la anterior había puesto emprendedor, ponerle un enlace al perfil, en el anterior tenía el Instagram personal, acá tengo el canal de Twitch, de esta cuenta, y en este punto con estas informaciones, ya podemos en un primer vistazo, darle la información necesaria a la gente para saber de qué va nuestra cuenta, ¿no?, entonces, en este sentido ayuda mucho a todo lo que tiene que ver con el ámbito de la comunicación y, en segunda instancia, a poder ir midiendo las estadísticas.

Recuerden, tuvimos algunos consejos, hay que ir variando las publicaciones, algunas acá son de texto, otras son de enlace, como ven, éste es un enlace que podemos ver acá como un link de YouTube, pero vos también lo podés subir como tarjeta, como lo podemos ver en una publicación acá, ¿ves? este es otro enlace de YouTube

pero subido como tarjeta, entonces una publicación se puede ver así o se puede ver como lo vimos anteriormente cuando subís directamente el enlace de YouTube, así. ¿Cómo haces una tarjeta?, por ejemplo, querés que se vea, en lugar que se vea así, que se ve el cuadradito chiquito, aunque lo abre YouTube y que se vea así, que se vea como la imagen más grande y el botón acá, este sería como un botón que mediría las estadísticas que estábamos viendo anteriormente, vamos a acá, a “más opciones” y podemos hacerlo desde la franja de Twitter Apps, ¿sí?, no podemos hacerlo acá, desde el perfil directo, sino que podemos generar una tarjeta de Twitter Apps.

Cuando vamos a Twitter Apps, dentro de las cosas que en este punto, no vamos a ver todo lo que tiene que ver con pauta digital, porque corresponde otro tipo de temáticas y quizás nos iríamos mucho del tema, lo que quiero compartirles acá, es que podemos ir a la parte de todo lo que tiene que ver con creatividades y podemos ir a la parte de tarjetas. Cuando vamos a tarjetas dentro de Twitter, nosotros podemos crear una tarjeta que es este tipo de publicaciones que vimos acá, ¿no?, esto es una tarjeta, que puede ser una tarjeta en imagen, en donde vos podés subir una imagen y un texto, acá abajo, con un enlace asociado, o puede ser un vídeo, como estamos viendo acá, con un enlace asociado, ¿no?, entonces en definitiva, uno va acá a “crear tarjeta”, en donde uno puede crear una tarjeta de imagen o una tarjeta de vídeo, vamos a hacerla de vídeo, que es la que vimos recién. En este caso, vamos a poner “Prueba de vídeo” y acá, lo que vamos a poder hacer es subir un vídeo que nosotros tengamos o subir, o usar, un vídeo que ya hayamos cargado a Twitter, ¿no?, entonces yo voy a usar un vídeo que ya hayamos cargado en Twitter, como preparar un discurso y en este sentido yo puedo ponerle acá como preparar un discurso si le pongo a la tarjeta ese ese nombre y en este sentido, puedo ir armándola desde este punto, ¿no?, preguntas del foco discursivo, lo que dice acá, bueno, la url del sitio web, yo le puedo poner la url de YouTube o de ese vídeo donde yo quiero, que si hacen clic vayan. En este punto no vamos a completar nada, pero se pone acá el sitio web y en este caso, le pone después un nombre para que te aparezca en la biblioteca. Nosotros vamos a elegir, por ejemplo, esto del sitio web, como para poder crear la tarjeta y acá en el nombre le vamos a poner “Prueba”, ahí está. Y creamos, o podemos poner “vista previa”, ¿cómo se vería?, se vería así, ¿ven?, se ve el vídeo, se ve “cómo preparar un discurso” y se ve Twitter.com, porque nosotros le pusimos un link de Twitter acá, si lo hubiésemos puesto el link de YouTube a dónde va el vídeo completo, bueno, hubiese aparecido YouTube. Creamos la tarjeta y acá, yo tengo las tarjetas creadas, y acá lo que tenemos es la posibilidad de tener la vista previa, como hicimos recién, o tweetearla ¿no?, cuando nosotros vamos a tweet, ¿sí?, nos da la posibilidad de redactar el tweet que nosotros vamos a ver y acá nosotros podemos tildar si esto es para un anuncio, bueno, dejamos tildado exclusivo para promoción, porque queremos que nosotros, aparezca solamente en anuncios pagos, y si no, la destildamos y ya la podemos utilizar en este punto para prueba. Vamos a ponerle “prueba”, la vamos a poder utilizar en este punto como un tweet normal. Yo, si pongo tweet acá, me va a salir directamente en mi perfil, como ahora no lo vamos a hacer, porque en definitiva es una prueba, pero quería mostrarles en este punto, cómo generar este tipo de contenidos orgánicos en la plataforma y que sean un poquito más enriquecidos, ¿no?, que se vea un poco más grande, que tenga el enlace acá, que uno pueda poner algún tipo de texto o algo que motive a la gente a verlo, son cosas interesantes que muchas veces no se usan en Twitter y en este punto pueden hacer que las personas estén un poquito más predisuestas a interactuar con nuestra publicación.

Así que espero que este tipo de cosas les puedan ir sirviendo, que sean cosas que sean, que les den un poquito más de matiz y amplitud al momento de utilizar Twitter. Como toda plataforma en la práctica hace al maestro, así que animo a que si no estás usando mucho Twitter, que empieces a explorarlo, que te crees una cuenta sobre alguna temática de interés y que empieces a subir contenido en distintos formatos para ir probando las audiencias que empieces a seguir a personas que puedan estar interesadas o sean tu público objetivo, que aproveches las tendencias que hay, en este caso, que puedan ir surgiendo en función al interés de tu cuenta y que podés ir aprendiendo a partir la práctica con estos consejos o con esta mirada amplia que hemos visto hace un ratito.

Así que, espero que este contenido te sea interesante, que Twitter pueda ser un potenciador de estrategia digital y nos vemos en el próximo contenido. Muchas gracias.