



**2022**

**PLANIFICADOR  
DE TWITTER**

**@TwitterBusiness**

# Qué incluye

## Primeros pasos

- Planifica
- Encuentra tu voz en Twitter
- Tweets para todo un mes

## Planificación mensual

- Objetivos mensuales
- Tweets orgánicos mensuales
- Anuncios Promocionados mensuales
- Reflexión del mes

## Recursos útiles

- Consejos avanzados
- Prácticas recomendadas para usar creatividades
- Ideas para publicar Tweets
- Ideas para botones de sitios web
- Hashtags 24/7
- Ideas para hacer Encuestas de Twitter
- Ideas clave para videos
- Segmentación en los Anuncios de Twitter
- Optimización de campañas
- Crea tus anuncios de Twitter

# Primeros pasos

# Planifica

Piensa en momentos clave, ocasiones y eventos con los que tu marca puede conectar este año.

**Crea tu calendario de eventos y ocasiones importantes.**

Para obtener ideas, consulta el calendario de marketing 2022 en [business.twitter.com](https://business.twitter.com).



**ENE**

**JUL**

**FEB**

**AGO**

**MAR**

**SEP**

**ABR**

**OCT**

**MAY**

**NOV**

**JUN**

**DIC**

# Encuentra tu voz en Twitter

## 01 Establece los límites

Define algunas pautas generales para tus Tweets. De esta manera podrás generar un espacio seguro para tu creatividad.

### Texto

Palabras, frases y temas que quieres incorporar

### Imágenes y videos

Cosas que quieres incluir en imágenes o videos

### Emojis

Emojis que se pueden usar

Palabras, frases y temas que NO quieres incorporar (p. ej., nombres de la competencia, eslóganes antiguos de la empresa)

Cosas que NO quieres incluir en imágenes o videos (p. ej., materiales que requieren licencia, tal vez se puede mostrar el interior de un bar, pero no a alguien bebiendo)

Emojis que NO está bien usar (p. ej., armas, representación de género)

Nivel de picante: 🌶️ ..... 🌶️🌶️ ..... 🌶️🌶️🌶️

Haz clic para descargar más hojas de trabajo [👉](#)

# Encuentra tu voz en Twitter

## 01 Establece los límites

Define algunas pautas generales para tus Tweets. De esta manera podrás generar un espacio seguro para tu creatividad.

### Si tu marca fuera una persona...

Su restaurante favorito sería \_\_\_\_\_

El conjunto de ropa que nunca le falla sería \_\_\_\_\_

Su frase típica sería \_\_\_\_\_

El emoji que más usaría sería \_\_\_\_\_

Si fuera a una cafetería, pediría \_\_\_\_\_

La imagen de fondo de su teléfono sería \_\_\_\_\_

El número de teléfono al que más llamaría sería el de su \_\_\_\_\_

Su mascota sería un(a) \_\_\_\_\_ y se llamaría \_\_\_\_\_

El álbum que escucharía una y otra vez sería \_\_\_\_\_

### Más en detalle

Después de interactuar con nuestra marca, las personas deberían sentir \_\_\_\_\_

Dos palabras que me vienen a la mente cuando pienso en ese sentimiento son \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

Una marca que me hace sentir de esa manera es \_\_\_\_\_

El tono de esa marca es \_\_\_\_\_ y \_\_\_\_\_

### Dibuja un retrato

Si tu marca fuera una persona, ¿qué aspecto tendría?

Haz clic para descargar más hojas de trabajo 

# Tweets para todo un mes

Aquí tienes algunas ideas para comenzar:  
utiliza el espacio extra para añadir tus notas.

**Lunes**

**Martes**

**Miércoles**

**Jueves**

**Viernes**



Preguntas frecuentes



Retweet



Consejo clave



Retweet  
con un comentario



Imagen de  
detrás del telón



MotivationMonday



Contenido clave



GIF



Estadística



Meme



Encuesta de Twitter



Haz una pregunta



WednesdayWisdom



Tweet exitoso  
del pasado



Reconocimiento



Noticias positivas de  
la marca



Contenido generado  
por usuarios



Video



¡En directo!



Una frase

Haz clic para descargar más hojas de trabajo 

# Planificación mensual



## Objetivos clave

Blank area for key objectives.

## Cómo lograrlos

Blank area for how to achieve the objectives.

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 ENE

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

**Cosas para recordar**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**

## Objetivos clave

--

## Cómo lograrlos

--

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 FEB

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28						

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>						

**Cosas para recordar**

**20  
22 FEB**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**



## Objetivos clave

--

## Cómo lograrlos

--

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 MAR

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>			

Cosas para recordar

# Anuncios Promocionados **20 22** MAR

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>			

**Cosas para recordar**

# 2022 MAR

Reflexión

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**

## Objetivos clave

Blank area for key objectives.

## Cómo lograrlos

Blank area for how to achieve the objectives.

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 ABR

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

**Cosas para recordar**

**20  
22** **ABR**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**



## Objetivos clave

--

## Cómo lograrlos

--

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 MAY

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						1
2	3	4	5	6	7	8
9	10	11	12	13	14	15
16	17	18	19	20	21	22
23	24	25	26	27	28	29
30	31					

Cosas para recordar

# Anuncios Promocionados **2022** MAY

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
						<b>1</b>
<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>
<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>15</b>
<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>	<b>21</b>	<b>22</b>
<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>
<b>30</b>	<b>31</b>					

**Cosas para recordar**

**20  
22** MAY

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**

## Objetivos clave

Blank area for key objectives.

## Cómo lograrlos

Blank area for how to achieve the objectives.

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 JUN

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

**Cosas para recordar**

**20  
22 JUN**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**



## Objetivos clave

Blank area for key objectives.

## Cómo lograrlos

Blank area for strategies to achieve objectives.

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 JUL

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1				2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1				2	3	
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31

**Cosas para recordar**

**20  
22 JUL**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**

## Objetivos clave

--

## Cómo lograrlos

--

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 AGO

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

**Cosas para recordar**

# 20 22 AGO

## Reflexión

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**



## Objetivos clave

Blank area for key objectives.

## Cómo lograrlos

Blank area for how to achieve the objectives.

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 SEP

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30		

**Cosas para recordar**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**

## Objetivos clave

--

## Cómo lograrlos

--

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 Oct

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
31						

**Cosas para recordar**

**20  
22 Oct**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**



## Objetivos clave

Blank area for key objectives.

## Cómo lograrlos

Blank area for how to achieve the objectives.

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 NOV

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>				

Cosas para recordar

# Anuncios Promocionados **2022** NOV

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>
<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>13</b>
<b>14</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>17</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>20</b>
<b>21</b>	<b>22</b>	<b>23</b>	<b>24</b>	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>
<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>				

**Cosas para recordar**

**20  
22 NOV**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**

## Objetivos clave

--

## Cómo lograrlos

--

## Métricas de Twitter

	Tweets	Impresiones	Visitas al perfil	Menciones	Nuevos seguidores
Objetivo					
Resultados					

[Ir a Twitter Analytics](#) 

# 2022 DIC

## Tweets orgánicos

Planifica tus Tweets orgánicos y la gestión de tu comunidad para el mes siguiente.



Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

Cosas para recordar

Programa los Anuncios Promocionados de tus próximas campañas. 

Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
			1	2	3	4
5	6	7	8	9	10	11
12	13	14	15	16	17	18
19	20	21	22	23	24	25
26	27	28	29	30	31	

**Cosas para recordar**

**20  
22** **DIC**

**Reflexión**

**Qué funcionó**

**Qué no funcionó tan bien**

**Aprendizajes y oportunidades**



# Recursos útiles

# #Consejoclave

## **Renueva tu perfil**

Al mantener tu perfil actualizado, permites que tu audiencia esté al tanto de las novedades de tu marca.

## **Crea listas**

Personaliza las cronologías con los Tweets de las cuentas que quieras incluir.

## **Incorpora material interactivo**

Las imágenes, los GIF o los videos cortos generan tasas de interacción más altas.

## **Aprovecha las herramientas de Twitter**

Genera más interacciones con Hilos, Encuestas o Espacios.

# Consejos prácticos para adaptar, perfeccionar y hacer crecer tu presencia en Twitter

## **Usa los Botones del sitio web**

Genera más clics orgánicos en comparación con una simple URL dentro del Tweet.

## **Segmenta de forma creativa**

Amplía tu estrategia de segmentación y expande tu alcance.

## **Haz pruebas y optimiza**

Pruébalo todo. Evalúa qué cosas funcionan para ti y tus campañas.

## **Experimenta con el texto y las creatividades**

No supongas que una fórmula vale para todo; las diferentes audiencias interactúan con diferentes Tweets.

## **Prueba diferentes CTA**

Haz que tus tweets destaquen y descubre qué es lo que mueve a tu audiencia a realizar una acción.

## **Campañas de video**

Incorpora el video para que tu mensaje sea más memorable.

# Prácticas recomendadas para usar creatividades

Destaca tus creatividades

## Para que el texto del Tweet sea efectivo, debe:

- Ser conciso e ir al grano
- Incluir un llamado a la acción (CTA)
- Ser personal y coloquial
- Dar descuentos en % (no en importes en moneda)
- Crear una sensación de urgencia (p. ej., “solo por tiempo limitado”)
- Evitar los hashtags que distraen

## Para que la imagen del Tweet sea efectiva, debe:

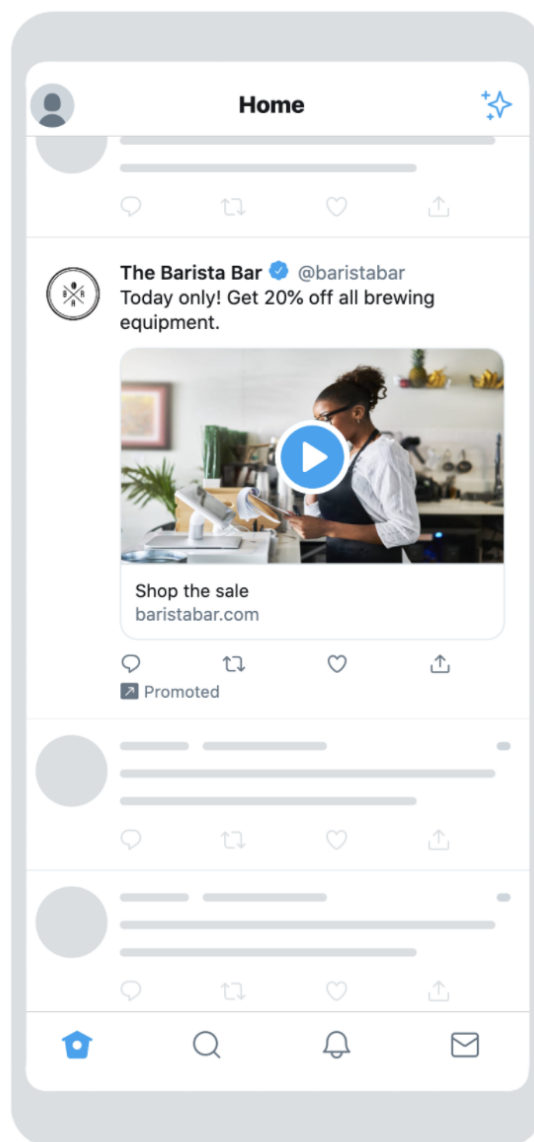
- Ser nítida y no estar pixelada
- Tener la menor cantidad posible de texto
- Tener un enfoque central
- Llamar la atención con colores brillantes, algún elemento humano o exhibición de movimiento o emoción

## Para que el video del Tweet sea efectivo, debe:

- Durar 15 segundos o menos
- Empezar con un producto
- Incorporar subtítulos u otra estrategia de visualización sin sonido
- Posicionar el logo claramente durante todo el video
- Mostrar la marca durante más de la mitad del video

**Desde el año pasado, hubo un aumento del 34 % en el tiempo de reproducción de videos en Twitter, lo que equivale a 3500 millones de reproducciones de video por día.**

Fuente: Datos internos de Twitter, enero de 2021



# Ideas para publicar Tweets

Apunta tus ideas en papel antes de publicar tus Tweets en Twitter

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

○ @ \_\_\_\_\_

🗨️ ↻ ❤️ ✉️

Haz clic para descargar más hojas de trabajo [👉](#)

# Ideas para botones de sitios web

Apunta tus ideas en papel antes de publicar tus Tweets en Twitter

A blank Twitter post template with a circular profile picture placeholder at the top left, two horizontal lines for text, a large rounded rectangular area for a media image, two more horizontal lines for text, and a bottom bar with four icons: a speech bubble, a retweet symbol, a heart, and an envelope.

A blank Twitter post template with a circular profile picture placeholder at the top left, two horizontal lines for text, a large rounded rectangular area for a media image, two more horizontal lines for text, and a bottom bar with four icons: a speech bubble, a retweet symbol, a heart, and an envelope.

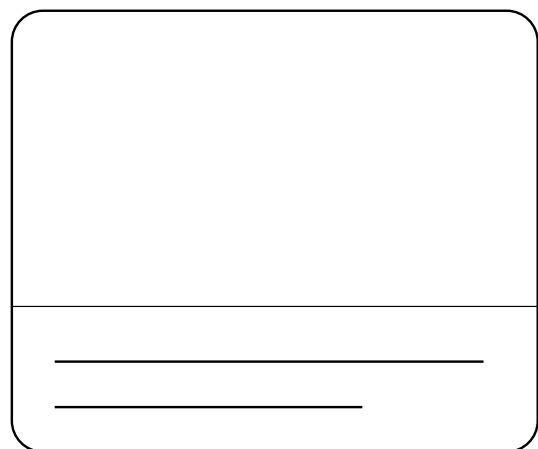
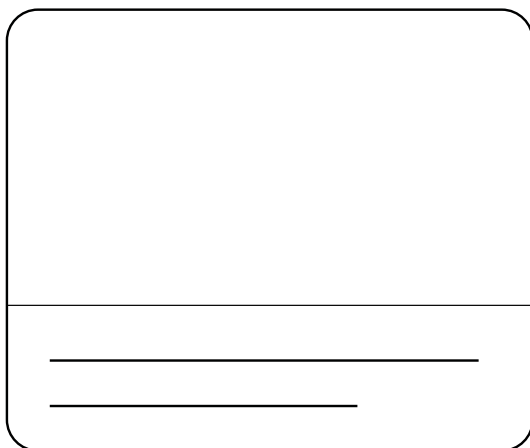
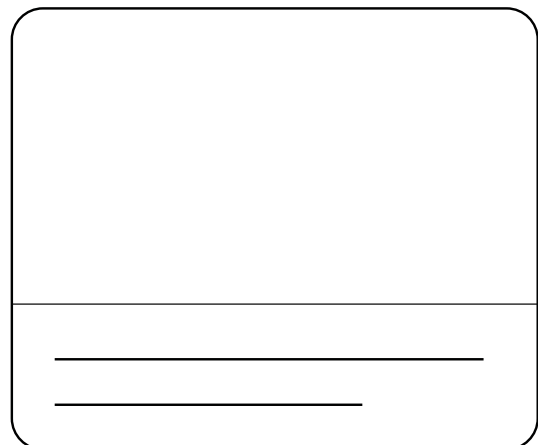
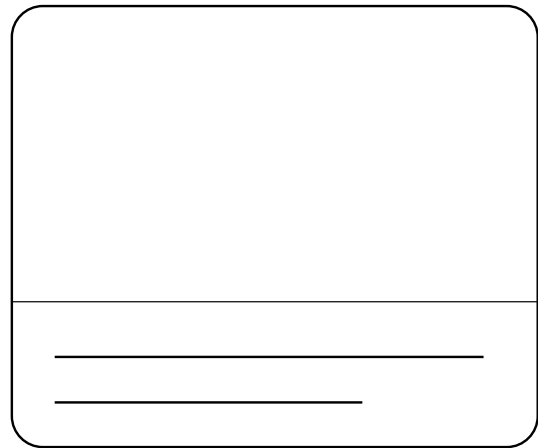
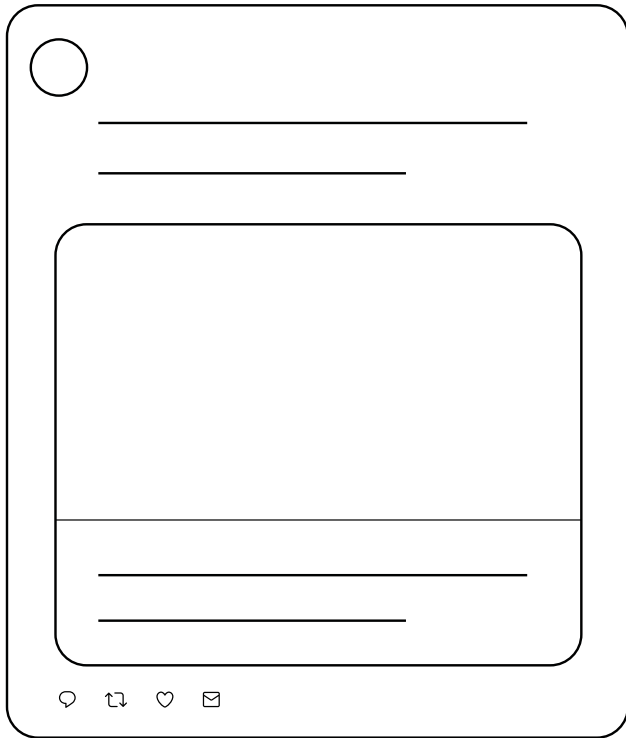
A blank Twitter post template with a circular profile picture placeholder at the top left, two horizontal lines for text, a large rounded rectangular area for a media image, two more horizontal lines for text, and a bottom bar with four icons: a speech bubble, a retweet symbol, a heart, and an envelope.

A blank Twitter post template with a circular profile picture placeholder at the top left, two horizontal lines for text, a large rounded rectangular area for a media image, two more horizontal lines for text, and a bottom bar with four icons: a speech bubble, a retweet symbol, a heart, and an envelope.

[Haz clic para descargar más hojas de trabajo](#) 

# Ideas para Anuncios de Carrusel

Apunta tus ideas en papel  
antes de publicar tus Tweets en Twitter



Obtén más información sobre los Anuncios de Carrusel [↗](#)

# Hashtags 24/7

¿Estás planificando tu calendario de contenido? Crea Tweets que utilicen hashtags populares y recurrentes. Usa nuestras ideas para inspirarte. Luego, decide el uso del hashtag en el espacio en blanco.

## #SundayFunday

- 💡 Últimas ideas sobre el fin de semana
- 💡 Actividades del fin de semana

## #MondayMotivation

- 💡 Contenidos para inspirar
- 💡 Consejos de productividad
- 💡 Buenos deseos para la semana laboral

## #TransformationTuesday

- 💡 Evolución de la marca en el tiempo
- 💡 Historias de clientes que muestran un antes y un después

## #WednesdayWisdom

- 💡 Prácticas recomendadas en relación con tu producto o marca
- 💡 Actividades de la semana

## #TBT (ThrowbackThursday)

- 💡 Hitos importantes de tu empresa
- 💡 Anécdotas sobre el pasado de la empresa

## #FridayFeeling

- 💡 Tus planes para el fin de semana
- 💡 GIF divertidos

## #Caturday

- 💡 Mascotas en la oficina
- 💡 Contenidos generados por usuarios con sus mascotas y tu producto

Haz clic para descargar más hojas de trabajo 

# Ideas para hacer Encuestas de Twitter

Interactúa con tu audiencia de maneras creativas y muestra una cara diferente de tu marca.

## Pide opiniones sobre tu cuenta

¿Qué tipo de contenido quieres ver en nuestra cuenta?

Liderazgo de opinión

Consejos avanzados

Detrás del telón

## Usa el humor

Las mejores reuniones de los viernes

Son concisas y enfocadas

Se hacen antes del mediodía

Son las que se cancelan

## Aprovecha las tendencias

¿Vas a ver los #Oscar?

Estoy haciendo palomitas

Tal vez más tarde

No

## Haz preguntas

¿En qué año se fundó nuestra empresa?

2005

1999

1982

## Crea tu comunidad

¿Qué hay en tu taza esta mañana?

Café

Té

Otro (cuéntanos)

Haz clic para descargar más hojas de trabajo 



# Ideas clave: Tipos de videos

**Aprovecha tus videos al máximo  
con estas ideas clave**

**Instrucciones**



**Preguntas  
y respuestas**



**Video en  
directo**



**Stop  
Motion**



**Guía  
de regalos**



**Orientado  
al producto**



**Clientes  
destacados**



**Presentación**



**Visualización  
de datos**



**Antes  
y después**



**Videoestrenos**



**Contenido generado  
por el usuario**



Haz clic para obtener más información sobre los videos en Twitter [↗](#)

# Segmentación en los anuncios de Twitter

## ¿Quieres encontrar tu audiencia en Twitter?

Las opciones de segmentación de Twitter pueden ayudarte a llegar a las personas correctas en el momento justo.

### Primero, lo básico

Las opciones de esta sección funcionan en combinación con la lógica “AND” [Y]. Esto significa que segmentarás a las personas que coincidan con todos los criterios introducidos.

Ejemplo: Personas que viven en Canadá Y hablan francés Y usan dispositivos móviles Android

### Datos demográficos

Género

Cualquiera  
Hombres  
Mujeres

Edad

Ubicación

Idioma

### Dispositivos

Móvil, iOS  
 Móvil, Android  
 Escritorio  
 Otros móviles  
 Todo

Otras características de los dispositivos  
(compañía telefónica, modelos de dispositivos)

## ¡Genial! Estos parámetros básicos se aplicarán al resto de tus selecciones, que rellenaremos ahora.

Esta última sección utiliza la lógica “OR” [O]; por lo tanto, segmentarás a las personas que coincidan con alguno de los criterios introducidos.

Ejemplo: Personas que pertenecen a una audiencia personalizada O tienen un interés específico O coinciden con un tema de conversación específico

### Audiencias personalizadas

Usa el Administrador de audiencias para cargar listas de CRM y administrar las audiencias obtenidas de tu sitio web o app móvil.

Haz clic para obtener más información sobre las opciones de segmentación de Twitter 

# Segmentación en los Anuncios de Twitter

## Opciones de segmentación

Palabras clave

Usuarios similares a los seguidores

Intereses

## Otras opciones

Capacidades de remarketing para volver a interactuar con posibles nuevos clientes y lograr que avancen por el embudo.

**Personas que vieron tus Tweets anteriores**

**Personas que vieron tus Tweets anteriores e interactuaron con ellos**

Tweets orgánicos

Tweets de campañas específicas

Ambos

# Optimización de campañas

Recuerda los aspectos básicos de la optimización de campañas

## Audiencia

- Combina las opciones de segmentación
- Conoce a tu audiencia
- Elimina las audiencias similares

## Puja

- Ajusta el importe de la puja con frecuencia
- Utiliza incrementos graduales
- Supervisa el rendimiento

## Creatividades

- Actualiza las creatividades con frecuencia
- Haz pruebas en campañas amplias
- Experimenta con diferentes componentes

## Indicadores

- No alcanzas los presupuestos diarios
- Los presupuestos diarios se agotan demasiado rápido
- Costos elevados
- Poco alcance de las campañas
- Tasas bajas de interacción o clics

# Crea tus anuncios de Twitter

**Crea tus anuncios de Twitter** 

**Consulta nuestros Recursos para agencias** 

**En nuestro blog se publican con frecuencia nuevos artículos de marketing y enfocados en Twitter** 

**¿Tienes preguntas? Comunícate con nuestro equipo especializado de Atención al Cliente aquí** 