

Guía para la publicidad en Twitter

Referencia rápida

Twitter es lo que está pasando en el mundo y los temas de los que hablan todos.

Cuando usan Twitter, las personas están predispuestas a descubrir cosas nuevas, lo que incrementa su nivel de atención, respuesta y confianza. Cuando se llega a una audiencia adecuada con la predisposición adecuada, se obtienen resultados.

Con Twitter Ads, puedes amplificar tu mensaje, llegar a tu audiencia objetivo y conectarte con la gente que habla de las cosas que te interesan.

Una vez que localizas a tu audiencia, debes captar su interés y ganar su interacción mediante el mensaje adecuado, presentado en el momento justo y adaptado a sus necesidades particulares.

Twitter Ads te permite crear campañas adaptadas a tus objetivos, audiencias y presupuesto. Sin un gasto mínimo y con opciones de gestión flexibles, puedes promocionar Tweets, dirigir el tráfico del sitio web y atraer a nuevos seguidores.

Nuestra Guía interactiva para la publicidad en Twitter ofrece las respuestas a las preguntas más frecuentes y te ayuda a crear Tweets atractivos que te permitan conectarte con tu audiencia y alcanzar tus objetivos.

2	¿Por qué Twitter?
3	Twitter día a día
4	Primeros pasos en Twitter Ads
5	Define tus objetivos
6	Enfócate en tu audiencia
7	Crea anuncios de Twitter efectivos
8	Mide tus resultados
9	Vídeo en Twitter
10	Recursos

¿Por qué Twitter?

Influencia

2/3

de los usuarios de Twitter influyen en las compras de sus amigos y familiares

Receptividad

79%

de los usuarios siguen a las marcas en Twitter

Resultados

53%

más propensos a ser los primeros en comprar productos nuevos en comparación con la población en Internet

#1

en plataformas de descubrimiento en comparación con las plataformas del tipo "Mírame"

Tus audiencias más valiosas están en Twitter, ya que en Twitter son más receptivas. #EmpiezaConEllos

Twitter día a día

Es fundamental tener contenidos orgánicos y de pago efectivos que se complementen para llegar a tu audiencia donde sea que esté.



Perfil y Tweet fijado

La imagen de encabezado de tu perfil y tu Tweet fijado deben comunicar lo que es más importante en un momento dado. Utiliza únicamente imágenes nítidas y de alta calidad. Piensa en tu Tweet fijado como si fuera la respuesta a la pregunta "¿qué hay de nuevo?"



Publica con frecuencia

Sé activo en Twitter. Ofrece contenidos interesantes y de calidad regularmente. Programar los Tweets es una excelente manera de asegurarte de que llegas a tu audiencia cuando más conectada está.



Encuentra tu voz

Establece una voz bien definida que marque el tono de toda tu estrategia de Twitter. Tu voz debe ser fresca y original, reflejar tus valores fundamentales y generar un impacto en tu audiencia a nivel personal.



Crea conversaciones o únete a ellas

Utiliza Twitter cuando quieras pedir opiniones o generar un diálogo. Publica tus primicias en Twitter. Participa activamente respondiendo, siguiendo a nuevas personas y manteniendo el contacto después de que ha finalizado la conversación.



Consejo avanzado

Atrás quedaron los días de la comunicación unilateral, y eso también se aplica a tus Tweets. Tu estrategia de Twitter debe ser una combinación equilibrada de respuestas, Tweets orgánicos y anuncios de Twitter.



Primeros pasos en Twitter Ads

Hay cuatro elementos centrales de tu campaña que te encaminarán hacia el éxito.



Objetivo(s)

Ten una idea clara de lo que quieres lograr. Ya sea que quieras generar reconocimiento o conseguir nuevos seguidores, puedes crear una campaña adaptada a tu objetivo.



Audiencia

Ten claro quién es tu audiencia específica y cuál es la mejor manera de llegar a ella a través de Twitter; esto te ayudará a asegurar el éxito.



Creatividades

Tu activo más importante. Es fundamental que te destagues, por lo que debes elegir el formato adecuado entre una variedad de formatos de creatividades, como imágenes y vídeos.



Indicadores clave de rendimiento (KPI)

Es importante saber cómo medir el éxito de tu campaña para entender qué cosas funcionaron bien y cuáles se pueden mejorar.

Consejo avanzado

Las campañas que tienen creatividades potentes y llamativas con un llamado a la acción claro suelen funcionar mucho mejor que las que no las tienen. Cuando tengas dudas, recuerda las tres "R": resonante, relevante y reciente.



Define tus objetivos

Una vez que llegues a tu audiencia objetivo, ¿qué quieres que haga?

Consejo avanzado

No cobramos por los beneficios obtenidos que no sean tus objetivos; si bien, cuando publicas una campaña para mejorar una métrica, es habitual que también mejoren otras métricas.



Ampliar la base de seguidores

Amplía tu audiencia con usuarios interesados.



Generar reconocimiento

Muestra tus Tweets a la mayor cantidad posible de personas.



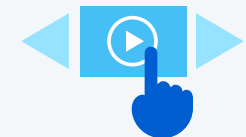
Clics en el sitio web

Dirige a tu audiencia hacia tu sitio web.



Interacción

Inicia conversaciones y genera más interacciones en Twitter.



Visualizaciones de vídeo

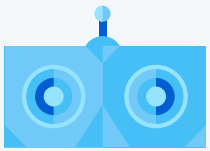
Consigue que una audiencia más amplia vea tus campañas.

Enfócate en tu audiencia

Consejo avanzado

Prueba distintos enfoques de segmentación para comprender qué audiencia es la que mejor se ajusta a lo que buscas y qué mensajes tienen más impacto entre los distintos grupos. Quizá te sorprenda descubrir qué es lo más efectivo en tu caso.

Utiliza nuestras diversas opciones de segmentación para posicionar tu mensaje frente a determinadas audiencias.



Edad



Género



Ubicación geográfica



Idioma



Eventos



Seguidores



Conversación



Palabras clave



Comportamiento



Intereses



Dispositivo



Audiencias personalizadas



Haz clic para obtener más información

Crea anuncios de Twitter efectivos

Estos cuatro consejos te ayudarán a crear Tweets efectivos que generen interacciones.

1

Muestra el logo

No olvides utilizar colores o tu logo para que tus Tweets se distingan, y sean únicos y reconocibles. Cuando crees un vídeo, haz que tu logo aparezca en los primeros segundos; de esta manera, la gente lo verá incluso antes de que hayas tenido que pagar por una visualización.

3

Llamados a la acción

Explica a los usuarios qué quieres que hagan. Si quieres que te sigan, cuéntales sobre qué vas a twittear. Si quieres que hagan clic en tu sitio web, diles por qué. Ofrece a tus lectores unos pasos siguientes bien claros.

2

Evita usar hashtags que distraigan

Cuando se usan correctamente, los hashtags pueden ser una forma efectiva de aumentar tu alcance, favorecer la interacción y ser descubierto en Twitter. Nunca uses más de uno o dos en un anuncio, y úsalos solamente para vincular tu Tweet a una conversación o a un tema más amplio.

4

Twittea preguntas o haz una encuesta

Los usuarios de Twitter están predispuestos a descubrir cosas nuevas. Hacer preguntas o crear una encuesta son maneras rápidas de iniciar una conversación, interactuar con tu audiencia y recopilar opiniones.



Consejo avanzado

Revisa y ajusta: No dejes que tus campañas sigan su curso sin supervisión durante mucho tiempo. Haz un seguimiento de tu campaña recién publicada cada pocos días.



Mide tus resultados

Las herramientas de estadísticas de Twitter te permiten medir tus resultados, observar qué cosas funcionan y obtener más información valiosa para tus futuras campañas.

Consejo avanzado

Si quieres perfeccionar tu estrategia de Twitter, puedes empezar por dedicar un poco de tiempo a comprender tus estadísticas de Twitter.



Conoce a tu audiencia

Averigua el género de tus seguidores, qué les interesa o qué profesiones tienen. Compara esta información con todos los usuarios de Twitter o con grupos de audiencias selectos.



Impresiones de Tweets, interacciones y aumento de la base de seguidores

Analiza cada impresión de los Tweets para reutilizar o crear temas similares. Interacción muestra el número de interacciones con tus Tweets y el panel Seguidores hace un seguimiento del aumento de tu base de seguidores.



Rendimiento de las campañas

El Administrador de anuncios de Twitter te permite ver las campañas, los grupos de anuncios o tweets específicos para evaluar todos los resultados. Es tu espacio de trabajo centralizado, en el que puedes planificar, administrar y optimizar las campañas, así como crear informes.

Vídeo en Twitter

El vídeo te permite contar una historia de la marca de forma detallada e interactiva dentro de la cronología. Los Tweets con vídeo tienen 6 veces más probabilidades de retwittearse que los Tweets con fotos.

Consejo avanzado

No temas publicar varios anuncios de vídeo. La exposición a dos formatos de anuncios de vídeo frente a un formato de anuncio de vídeo mejora el recuerdo del anuncio en 19 puntos porcentuales (pp), el reconocimiento de la marca en 4,7 pp, y la intención de compra en 3,1 pp.



Vídeo Promocionado

El Vídeo Promocionado te permite promocionar un vídeo desde tu cuenta de Twitter. El vídeo se reproduce automáticamente cuando se muestra en la cronología de una persona. Esta es nuestra solución de anuncio de vídeo más probada.



Website Cards de vídeo

Las Website Cards de vídeo atraen a los espectadores que usan dispositivos móviles hacia tu sitio web. Las Website Cards de vídeo proporcionan un CTR dos veces más alto en relación con las comparativas relativas a los anuncios de vídeo móvil.



Anuncios in-stream

Con los anuncios de vídeo in-stream, los espectadores ven tu anuncio antes de ver el vídeo de un publicador. Elige una categoría de contenido que se ajuste a tu audiencia objetivo y concéntrate en crear anuncios segmentados y altamente relevantes.

Recursos y soporte

[Twitter para empresas](#)

[Centro de ayuda de Twitter para Empresas](#)

[Panel de estadísticas de Twitter](#)

[Administrador de anuncios de Twitter](#)

¿Tienes preguntas sobre tu campaña de Twitter Ads?

Contacta con nuestro equipo especializado de Customer Success.

Correo electrónico AdvertiserHelp@twitter.com

Fuentes

Encuesta de Twitter Insiders, "It's Cool to Care"

Kantar FR Insights

Twitter Insiders (c space), julio de 2018, EE. UU.

Datos internos de Twitter

GlobalWedIndex, T3 de 2016

Kantar TNS Twitter Consumer Deep Dive Survey; noviembre de 2017

Kantar News, Discovery & Influence on Twitter; diciembre de 2017

