



Guía completa de iniciación a Twitter

Cómo dar los primeros pasos en Twitter
de manera sólida y eficaz con enfoque
profesional o corporativo

Ricardo Pérez Hernández
www.ricardoperez.es/blog
[@ricardoperezh](https://twitter.com/ricardoperezh)

Este documento se pone a libre disposición bajo licencia Creative Commons: reconocimiento del autor, sin obras derivadas. No puedes venderlo ni incluirlo como complemento a servicios o productos de pago. Compártelo como lo recibiste: gratuitamente

Índice de contenidos

1. Una excelente herramienta de comunicación e interacción.
2. Diccionario de conceptos básicos.
3. Buenas costumbres que es preciso conocer antes de conversar.
4. Cómo abrir una cuenta.
5. Errores frecuentes a evitar en la gestión de un perfil profesional o corporativo.
6. Cómo y por qué hacer una buena descripción en su perfil.
7. Cómo personalizar el aspecto de su perfil en Twitter.
8. Primeros pasos en la gestión de un perfil profesional o corporativo.
9. Cómo buscar y seleccionar eficazmente los primeros usuarios que quiero seguir.
10. ¿Una o varias cuentas para mi empresa?
11. TweetDeck: gestor para Twitter, Facebook, LinkedIn, Foursquare, Buzz y MySpace.

Twitter: una excelente herramienta de comunicación e interacción

¿Qué es Twitter? La respuesta a esta pregunta tiene dos enfoques, un enfoque técnico y otro comunicativo.

El primero de ellos, el **enfoque técnico**, podría resumirse -básicamente- en unas líneas: una herramienta de microblogging, construida sobre mensajes limitados a 140 caracteres y basada en las relaciones entre seguidores y seguidos. Los primeros reciben tus comunicados y tú recibes los de los segundos. Profundizaremos en ello más adelante. Quedémonos por el momento con una imagen: el envío de un sms al que se puede adjuntar fotos, videos, enlaces y que puede llegar a decenas, cientos o miles de contactos al instante. ¿Atractivo verdad?

Un **enfoque comunicativo** debe centrarse en las ventajas e inconvenientes que presenta esta herramienta para un profesional, PYME, corporación o institución.

¿Por qué me gusta y utilizo Twitter? ¿Por qué lo recomiendo?

- Porque es para mí un **espacio de mejora y aprendizaje continuo**, fruto de la escucha y participación interactiva.
- Porque fruto de la actividad en este canal se establecen **contactos y amistades virtuales** que permiten la reciprocidad, es decir, te presto mi ayuda si lo necesitas y pido la tuya si me es preciso.
- Porque es un espacio abierto que permite **ejercer la generosidad de modo gratuito**: difundir los contenidos de otros usuarios, felicitarlos por sus logros, enviar un mensaje cálido de apoyo ante las dificultades está a tan sólo 140 caracteres y un clic de distancia.
- **Porque es divertido. Muy divertido.** Y ello se deriva de que tras los posibles usos profesionales de esta herramienta se encuentran personas -en su inmensa mayoría- afables, participativas, colaborativas, generosas con su tiempo y conocimiento, dispuestas hacia lo positivo.
- **Porque es claro, diáfano...** en Twitter, como en la vida real, como en la vida virtual, se tarda poco en descubrir los dobles juegos, las imposturas, las arrogancias, los intereses mal entendidos.
- **Porque es útil, muy útil:** para aprender, para comunicar, para difundir...
- **Porque es integrador:** con algo de tiempo y una actitud adecuada tarda uno poco en sentirse parte de una comunidad virtual (que ofrece la posibilidad posterior de “desvirtualizarse” mediante encuentros en el

mundo físico). Hasta la fecha, todos mis twittamigos desvirtualizados son personas de excelente trato e igual trasfondo.

Entre las **ventajas de Twitter para empresas y profesionales** podríamos destacar las siguientes:

- Es un canal de comunicación ágil y versátil.
- Su principal característica: la inmediatez.
- Su esencia: la interacción con los usuarios.
- Los contenidos de interés son ampliamente difundidos por los usuarios.
- Genera tráfico de calidad hacia la web o el blog en base a dichos contenidos de valor.
- Sus usuarios tienen por lo general un perfil tecnológico avanzado. Si su producto o servicio es lo suficientemente relevante para ellos y su plataforma digital está correctamente optimizada en este sentido, tiene muchas posibilidades de conectar con un target de interés.

Entre los **inconvenientes de Twitter para empresas y profesionales** podríamos destacar las siguientes:

- No basta con la mera presencia. Es preciso gestionar activa y frecuentemente el perfil a través de aportaciones de valor e interacción con los usuarios.
- No es el sitio adecuado para publicitarse. Los usuarios de Twitter son especialmente sensibles a la publicidad no deseada (SPAM).
- Es preciso un proceso previo de escucha y aprendizaje para conocer la dinámica de esta herramienta, sus protocolos y normas de cortesía. ¿Dispone de tiempo para ello? ¿Está dispuesto al aprendizaje?
- Si usted recibe con disgusto las críticas en vez de entenderlas como aportaciones para la mejora... olvídense de Twitter: sus usuarios se expresan con absoluta y completa libertad.
- Si usted es un profesional poco dispuesto a la escucha, el intercambio de experiencia y conocimiento, las aportaciones desinteresadas en base a sus capacidades... olvídense de Twitter, es un espacio para la interacción y la comunicación bidireccional.
- Si usted cree que la base de su éxito se encuentra en propagar su mensaje de cualquier modo para llegar al máximo número de destinatarios sin preocuparse en identificar en primer lugar los intereses de estos... olvídense de Twitter, será mejor para usted y su empresa empapelar la ciudad con carteles y anuncios.

¿Tienes una cuenta en Twitter? Si quieres conversar esta es mi dirección: [@ricardoperezh](https://twitter.com/ricardoperezh)

Twitter: pequeño diccionario de conceptos básicos

Twitter es una herramienta relativamente sencilla si se está familiarizado con el uso de chat, el envío de sms y se posee cierta experiencia en navegar por la Red. Es decir, con un poco de dedicación y entrenamiento, es accesible para la mayoría de usuarios.

Señalemos ciertos **conceptos básicos de Twitter** de gran interés antes de iniciarse en su uso con el objeto de facilitar los primeros pasos:

- **Usuario:** El nombre de un usuario de Twitter va precedido por una arroba @, quedando de este modo @usuario
- **Tweet:** Cada uno de los mensajes emitidos por un usuario. Está sujeto a la extensión máxima de 140 caracteres, si bien existen aplicaciones para ampliar esa extensión.
- **Timeline:** El timeline de Twitter (TL) es el espacio central donde, de manera consecutiva, se muestran los tweets de los usuarios que seguimos. A más usuarios seguidos, más cantidad y velocidad de rotación de tweets en nuestro timeline.
- **Following (seguidos):** Aquellos usuarios para los que hemos activado la opción seguir (follow). Veremos sus tweets (mensajes) en nuestro timeline.
- **Followers (seguidores):** Aquellos usuarios que han activado para nuestro perfil la opción seguir (follow). Nuestros mensajes se verán en su timeline.
- **Follow/unfollow:** seguir / dejar de seguir a un usuario.
- **Block / report SPAM:** bloquear un usuario (éste no podrá seguirle) y denunciar a Twitter una cuenta de SPAM (publicidad intensa, reincidente y no deseada).
- **Reply (respuesta):** Es el modo de enviar un mensaje a uno o varios usuarios de Twitter de manera pública, es decir, todos tus seguidores (followers) verán ese mensaje. Es usado también para responder a las menciones de otros usuarios. Quedaría como sigue:

@usuario1 @usuario2 @usuario3 Me alegra conversar con vosotros en Twitter

- **Mentions (menciones):** Es “la otra parte” de un reply. Cuando alguien escribe un mensaje con nuestro nombre de usuario en él, aparecerá en nuestro TL (timeline) y en un apartado específico para estos mensajes, los tweets con menciones.

@ricardoperezh Hola Ricardo, un tweet para desearte un buen día :-)

- **Direct Messages (DM, mensajes directos):** Son mensajes visibles únicamente por el emisor y el destinatario, la forma de comunicar con otros usuarios de manera privada. Para poder enviarlos es preciso que el destinatario también te siga a ti, es decir, sea follower tuyo. Se inician con la letra D o las letras DM:

DM @ricardoperezh Hola Ricardo, te envió mi email: moc.oerrocim@erbmon

- **Retweet:** Es el nombre dado para difundir un tweet de alguno de nuestros seguidos (following) entre nuestros seguidores (followers). Para ello se pone delante del mensaje las letras RT. También es posible hacerlo directamente con sólo apretar un botón en Twitter. Lo recordaremos más adelante. Es importante tener presente qué contenidos se “retuitean”: deben aportar valor a nuestros seguidores. El modo “manual” quedaría:

RT @usuario Te invito a leer mi último post en www.miblog.es

- **Hastags (#):** Son etiquetas que permiten agrupar mensajes en torno a una misma temática. De este modo, a través de esa etiqueta se puede seguir la conversación y aportaciones de diversos usuarios alrededor del mismo tema. Es muy usado cuando se “retransmite” un acto o evento a través de Twitter por parte de los asistentes:

Empieza la ponencia de @donmanuel en #evento-miciudad

Una vez conocidos los **conceptos básicos de Twitter**, es momento de señalar algunos protocolos, detalles de etiqueta, acciones poco recomendables... ¿Seguimos conversando sobre Twitter?

Twitter: buenas costumbres que es preciso conocer antes de conversar

Por lo general -contando las excepciones presentes en todos los ámbitos de la vida personal y laboral- Twitter es un espacio alegre de participación, información, colaboración, interacción...

Como todos los espacios sociales (físicos o virtuales) existen ciertos protocolos, una especie de etiqueta que es conveniente conocer a la hora de plantear si Twitter será una buena herramienta para mi empresa o actividad profesional.

En primer lugar creo que debemos diferenciar dos posibles usos de este canal comunicativo:

1.- Uso personal de Twitter: tu Twitter es tuyo y eres completamente libre de utilizarlo como te parezca (considerando, evidentemente, las excepciones legales por las que se rige también el mundo físico y con la sugerencia de aplicar el sentido común). Mi planteamiento: recuerda que a todos nos gustan las buenas formas, la educación, el “saber estar”...

2.- Uso profesional o corporativo de Twitter: partimos de la base de que la presencia en Twitter de tu empresa o actividad profesional responde a la planificación de comunicación establecida, especialmente en lo referido a la comunicación digital y/o 2.0, que se plantean ciertos objetivos y que este es uno de los recursos a emplear para alcanzarlos. Es preciso conocer pues las “buenas prácticas” generalizadas en Twitter.

Buenas prácticas en Twitter referentes a la escritura:

- No escriba SU MENSAJE CON LETRAS **MAYÚSCULAS** ↑ En Internet se considera sinónimo de elevar la voz... a nadie nos agrada que nos griten ¿verdad?
- Cuide la **ortografía y sintáxis de sus tweets**. Bien es cierto que ajustarse a 140 caracteres es un condicionante de importancia... pero también lo es que supone un reto a su capacidad de síntesis y concreción. En unos días de uso verá que es más sencillo de lo que parece... ¡lo hace a diario enviando sms!
- Siguiendo con lo anterior y considerando un uso profesional de Twitter ↑ ebit q ls mnsajs parezkn halgo komo sto ↑ Es la imagen de su empresa lo que se pretende potenciar en Twitter.
- Evidentemente, abstengámonos de **palabras y expresiones “gruesas”**...

Buenas prácticas en Twitter referentes al contenido:

- Evite detallar con tweets todos los **acontecimientos diarios personales** del tipo recién levantado, camino del trabajo, llegando a la oficina, acabo de sentarme, enciendo el ordenador... Por supuesto, ninguna referencia escatológica (salvo que su empresa venda laxantes, enemas o similares...).
- Aunque estemos gestionando perfiles profesionales o corporativos, **somos personas**. Haga referencias también a algunos aspectos de su vida personal... En absoluto contradecimos la anterior sugerencia, es una cuestión de **medura y equilibrio**. Por ejemplo: *“Recién llegado a la oficina, hoy puede ser un día intenso. ¿Qué tal vosotros?”*
- Los usuarios de Twitter somos reticentes al **“autobombo”** y la **publicidad no deseada**.
- ¿Cómo promocionar entonces sus productos y servicios? A través del **valor añadido**, proporcionando **informaciones de interés** o experiencias. No es lo mismo publicar un enlace cada 10 minutos para difundir una entrada en su blog que hacerlo 2 ó 3 veces en un día, intercalando enlaces a otras informaciones de interés ajenas a su empresa.
- **Coherencia:** Nuestros contenidos deben ser coherentes, especialmente en un uso profesional de Twitter. Aporte información y contenidos relacionados con su actividad, productos y/o servicios... También tiene cabida -y es recomendable- intercalar otros asuntos: una buena canción, una viñeta divertida, una información en prensa...
- **Constancia:** Twitter es la herramienta de la inmediatez. A mayor número de seguidos (following), mayor número de mensajes en nuestro timeline (TL) y mayor rotación de los mismos. Así ocurre también en los timeline de sus seguidores. Por eso es preciso tener constancia en las comunicaciones, lo que no significa repetir el mismo mensaje o contenido continuamente...

Buenas prácticas en Twitter referentes a la interacción con el resto de usuarios:

- **Conversación:** Twitter es un canal comunicativo, interactivo, definido por la participación. Por ello, es preciso formar parte activa de la conversación. Puede hacerse mediante diversos modos: menciones, replys, retweets...

- La **cortesía y buena educación**, como en cualquier ámbito de la vida personal y profesional, son valoradas positivamente.
- **Participación:** Una conversación con una sola persona hablando no es tal, es un monólogo. Twitter no es un canal para monólogos. Participe pues de las conversaciones y temas propuestos por otros usuarios, aporte su opinión sobre los contenidos difundidos por sus seguidos y seguidores...
- **Colaboración:** Preste su ayuda al resto de usuarios siempre que le sea posible. Recibirá en su timeline peticiones de sugerencias, indicaciones, preguntas... Si está en su mano, colabore con la comunidad de twitteros. Será correspondido cuando usted lo necesite.

Ciertamente estas indicaciones no son dogma de fe, son sugerencias derivadas de mi experiencia personal durante el uso de este apasionante medio. Por ello quizá no esté de acuerdo con lo apuntado o crea que he pasado por alto alguna cuestión de interés. **¿Qué añadiría a este resumen de buenas prácticas?** Podemos conversar sobre ello a través de mi cuenta Twitter: [@ricardoperezh](https://twitter.com/ricardoperezh)

Twitter: cómo abrir una cuenta



¿Cómo abrir un perfil en Twitter? Un proceso muy sencillo con unos pocos pasos.

- 1.- Escriba en el navegador www.twitter.com. Llegará a una pantalla como la recogida en la imagen superior.
- 2.- Haga clic en “Regístrate ahora”.
- 3.- Rellene el sencillo formulario con los siguientes campos:

- **Nombre completo:** Su nombre o el de tu empresa
- **Nombre de usuario:** Piénselo detenidamente y anote varias opciones antes de decidirse por el definitivo. Con este nombre se le conocerá en Twitter... es una decisión importante porque debe tener en cuenta que esté en sintonía con su imagen corporativa, los otros soportes que ya tenga activos (ej: Facebook, Flickr...). Si usa varias redes o soportes, conviene que se le identifique en el mayor número de ellos con el mismo nombre.
- **Contraseña:** Recuerde elegir una segura combinando mayúsculas, minúsculas, números y signos del tipo \$-% -&-* ... ahorrará sorpresas desagradables (apúntela en sitio seguro o almacénela en su navegador, por precaución).
- **Correo electrónico:** Introduzca una dirección válida porque recibirá un correo para confirmar su email, si no su uso de Twitter será limitado y no tendrá acceso a todas las funciones. Tiene también opción de elegir si

desea que otros usuarios le encuentren buscando su dirección de correo. Yo recomiendo activarlo para un uso profesional... se trata de dar las máximas facilidades a clientes, proveedores, colaboradores...

- **Aceptar condiciones del servicio:** Lea las condiciones del servicio antes de crear la cuenta, así sabrá a qué atenerse.
- **Elegir recibir notificaciones:** Una opción a su criterio, activar o no activar la casilla.
- **Crear mi cuenta:** Un simple clic es la distancia entre nosotros y nuestra nueva cuenta en Twitter.

4.- Captura de seguridad. A continuación saldrá una pantalla denominada "Captcha". Es un sistema de seguridad que pide la inserción de dos palabras para confirmar que es usted humano. Puede sonar un tanto disparatado, pero es un sistema frecuente para prevenir acciones de robots.

Si todo ha ido correctamente, recibirá en el correo que haya señalado durante el proceso de registro un mensaje como el siguiente. Debe hacer clic sobre el enlace para confirmar que el email es válido y comenzar a trabajar con y disfrutar de su cuenta Twitter.



Twitter: errores frecuentes a evitar en la gestión de un perfil profesional o corporativo

Existen errores básicos que un usuario no experimentado puede cometer al comenzar su actividad en Twitter. Estos **errores en Twitter** cobran especial importancia cuando hablamos de gestionar un perfil profesional o corporativo.

Ya que es más sencillo y eficaz **prevenir estas circunstancias** que tratar de resolverlas una vez dadas, dedicaremos las próximas líneas a la enumeración de los errores más frecuentes.

La principal ventaja: prevenir muchos de ellos se realiza fácil y rápidamente, sólo es preciso prestar cierta atención a detalles concretos y ejercitar las buenas prácticas y costumbres en Twitter señaladas anteriormente .

Errores en Twitter referentes a la estética:

- **No personalizar el fondo de Twitter:** Su cuenta en este canal debe ser una extensión de sus acciones comunicativas, acorde con su imagen corporativa. Por ello es necesario personalizar el fondo de Twitter (veremos más adelante cómo hacerlo).
- **No personalizar la apariencia de Twitter:** Twitter permite configurar los colores de texto, enlaces, ciertas secciones del espacio de trabajo... Dedique unos minutos a su personalización (en breve veremos cómo).
- **No personalizar la información de su perfil:** Aunque este apartado va más allá de lo meramente estético debe hacer dos cosas: seleccionar con acierto la imagen de su perfil (su avatar), bien con su fotografía, bien con el logotipo de la empresa, y cuidar la información de su perfil (enlace a su web o blog, descripción de su actividad e intereses...). **El perfil es lo primero que un usuario toma en cuenta para decidir seguirle o no.**

Errores en Twitter referentes a los primeros pasos:

- **No dotar de contenido a su cuenta en Twitter:** Un vez completado su perfil y configurados los parámetros principales (insisto, lo veremos en los siguientes posts) es imprescindible que emita algunos mensajes antes siquiera de comenzar a contactar seguidos y seguidores. No menos de 10 tweets -quizá 20 sea lo aconsejable- deben aparecer en su cuenta. Un usuario, después de ver su perfil, mirará su cuenta: **debe**

reflejar en su timeline sus intereses y actividades. Será decisivo para conseguir seguidores, especialmente al principio.

- **Hacer un seguimiento masivo inicialmente:** Quizá usted piense... si sigo a mucha gente, esa gente me seguirá a mí, y conseguiré muchos followers (seguidores) en poco tiempo. ¡Error! Conseguirá seguidores por el interés y calidad de sus contenidos... Así que tómelo con calma y no realice más de 20 ó 25 following (seguimientos a otros usuarios) por día. Da una pésima imagen seguir a 1.000 personas y que te sigan 20... Los usuarios avanzados piensan dos cosas: he aquí una cuenta SPAM (pura publicidad) o aquí tenemos otro “correccaminos”. **Su reputación en Twitter debe construirse progresivamente.**
- **Hacer un seguimiento indiscriminado:** Dentro de esos 25 seguimientos diarios debe encontrar perfiles de su interés: afinidades en actividad o sector profesional, usuarios con conocimientos complementarios a los suyos, tiene también cabida la cuenta de su competencia... Dos ventajas: tiene más posibilidades de que le correspondan el follow (seguimiento) y en su timeline disfrutará contenidos de utilidad e interés para usted. Además... **¿de qué sirve que le sigan 500 personas si sólo le escuchan 3?** Recuerde, Comunicar es Conversar y para ello es imprescindible la escucha.

Errores en Twitter referentes a la actitud:

- **Corresponder “follows” sin criterio:** Este es un punto un tanto controvertido que depende de su estrategia y planteamiento. Un criterio de cortesía invita a devolver el seguimiento a quien nos sigue. De hecho, muchos usuarios dejarán de seguir su cuenta si no lo ha devuelto en un par de días. Pero mantengo mi planteamiento: **¿queremos seguidores o queremos interlocutores para la conversación?** No tenga prisa en mejorar “sus números”... llegará con la constancia, la calidad, la participación, la interacción...
- **Más tweets no es sinónimo de mejor actividad:** Usted tiene muchas cosas importantes que decir y muchas ganas de hacerlo a través de este apasionante canal que le ha cautivado desde un principio. ¡Perfecto, esa es la actitud! Pero recuerde que el resto de usuarios también quiere exponer sus aportaciones... Por ello **evite el “tuiteo” compulsivo:** seleccione las franjas del día que sean más activas por parte de sus seguidores, reserve algunos contenidos para compartirlos mediante DM, dé difusión a los contenidos de otros usuarios... Un “tuiteo compulsivo”

inunda el timeline de sus seguidores y puede ser causa de unfollow para su cuenta.

- **Inactividad prolongada:** He definido en post anteriores a Twitter como la herramienta de la inmediatez. Creo también que es la de la actividad. Si bien todo el mundo entiende que no es posible ni recomendable dedicar 24 horas al día al trabajo, hay que tener en cuenta que un perfil profesional Twitter debe ser activo. **¿Qué sentido tiene la presencia sin participación?** En caso de inactividad durante un tiempo de, digamos, una semana, quizá no esté de más un tweet de disculpa por la ausencia (esto es una opción completa y absolutamente personal).

Seguramente estas orientaciones sobre errores iniciales en Twitter pueda ser comentada y rebatida. ¿Estás de acuerdo con ella? ¿Echas en falta algún error? Celebraré conocer su opinión.

Twitter: cómo y por qué hacer una buena descripción en tu perfil

¿Por qué hacer una buena descripción en su perfil Twitter?

El perfil es la tarjeta de presentación de su cuenta en Twitter. Es la primera referencia que tendrán de usted, su empresa, servicios y/o productos el resto de usuarios del canal. Es importante cuidar esta primera impresión, tratar de que sea lo más fidedigna y descriptiva posible: de ello depende en parte que un usuario decida o no seguirle.

Su empresa cuida la calidad de sus servicios y productos, la calidad de su imagen corporativa, la calidad de su trato con el cliente... Del mismo modo que cuida la calidad de sus acciones comunicativas en el mundo físico debe cuidarlas en el mundo digital.

¿Cómo hacer una buena descripción en su perfil Twitter?

En primer lugar debemos acceder al perfil en Twitter con nuestro nombre de usuario y contraseña. En la parte superior derecha elegiremos la opción "Configuración".



Una vez dentro de la pantalla de configuración de la cuenta, seleccionamos la opción "Perfil" para proceder a completar los cinco campos de información que lo componen.

Imagen: Twitter admite los formatos JPG, GIF y PNG con un peso máximo de 700 k. Conviene que la imagen sea cuadrada para evitar retoques posteriores una vez subida. Gestionando una cuenta corporativa o profesional existen dos opciones: emplear el logotipo de empresa o una foto personal. Esta decisión debe ser acorde con su estrategia de comunicación.

Nombre: El suyo como gestor de la cuenta en caso de profesionales o el de la empresa en caso de cuenta corporativa.

Ubicación: La ciudad sede de la empresa o desde la que usted presta sus servicios profesionales.

Web: Este es el espacio destinado a la dirección de su página web o blog corporativo.

Biografía: Las indicaciones de Twitter son muy concretas, “Describe en menos de 160 caracteres”. Cuando sus posibles seguidores visiten la cuenta Twitter que gestiona verán tres elementos principales antes de supervisar su timeline para ver la cantidad y temática de sus tweets hasta el momento: el nombre de usuario y la fotografía, la dirección web (aquellos que requieran más información antes de decidirse a seguirle) y, sobre todo, su biografía.

Yo, personalmente, no suelo devolver el seguimiento a usuarios que no usan fotografía ni biografía: **me gusta saber con quién converso y cuáles son sus intereses**.

¿Qué tipo de biografías me gustan más? Aquellas que describen actividad, intereses e incluyen una invitación a la acción / conversación.

Dedique un tiempo al ajuste de su biografía, escriba diversas opciones hasta que dé con la más adecuada. Esta pequeña decisión es una decisión importante de la que depende, en parte, la decisión de seguir su cuenta o no... si bien el principal factor para ello será la calidad de los contenidos de su conversación.

Twitter: cómo personalizar el aspecto de su perfil en Twitter

Si hacer una buena descripción de su perfil en Twitter es un elemento clave para la diferenciación, igual ocurre con el aspecto estético de su cuenta en Twitter: debe ser coherente con su identidad corporativa. Si usted aún no dispone de una imagen propia, puede al menos personalizar el diseño de su cuenta haciendo de ello algo personal y diferentes.

Existen diferentes **opciones para personalizar Twitter** en su aspecto estético:

- Seleccionar uno de los temas predefinidos (evidentemente, esta opción es la menos diferenciadora, pero al menos modifica el tema inicial por defecto).
- Sustituir la imagen de fondo (ofrece grandes posibilidades).
- Modificar los colores del diseño (en combinación con la anterior, es la herramienta perfecta).

Tras acceder a su cuenta en Twitter debe seleccionar las opciones "Configuración" (sección superior derecha de la pantalla) y Diseño. Una vez llegado a la zona de trabajo para la modificación de la estética de su perfil Twitter, encontrará que el sistema le ofrece 20 composiciones predeterminadas.

Si usted no dispone de conocimientos sobre programas para edición de imagen tipo Photoshop o GIMP (este segundo gratuito y disponible en este enlace: [descargar GIMP](#)) puede probar dos cosas.

En primer lugar combinar los diseños predefinidos variando los colores del diseño (opción "Cambiar colores del diseño" ubicada en el extremo inferior derecho).

Esta son las sencillas opciones que encontrará para modificar los colores de los distintos elementos estéticos de su cuenta en Twitter: Modificar color de fondo, modificar color de texto, modificar color de enlaces, modificar color de la barra lateral y modificar color del borde la barra lateral.

Al hacer clic sobre cualquiera de las opciones encontrará un sencillo sistema como el que muestra la imagen. En él podrá ir seleccionando de modo visual los colores que sean de su preferencia.



Una vez seleccionado el color de su agrado, debe pulsar la opción “Done” y, posteriormente, la opción “Guardar cambios” para que estos se mantengan. Si se equivoca o cambia de opinión, siempre puede dar marcha atrás haciendo clic sobre la opción “Cancelar”.

La segunda opción con la que cuenta para modificar la estética de su perfil Twitter sin tener conocimientos de programas para la edición de imágenes es incluir un fondo prediseñado por algunas de las web que ofrecen este servicio gratuitamente.

Juan Diego Polo hizo una recopilación de estas web basándose en el listado publicado por Web Resources Depot. Este es el enlace al post que recoge un listado con [20 páginas web donde descargar fondos gratuitos para Twitter](#).

El proceso es igual de simple. Elija la opción “Cambiar la imagen de fondo”, seleccione en su ordenador el archivo guardado tras usar alguno de los servicios señalados pulsando la opción “Examinar” y guarde los cambios. Debe tener en cuenta que Twitter permite imágenes en archivos JPG, GIF y PNG que no superen los 800k de tamaño.

Twitter: primeros pasos en la gestión de un perfil profesional o corporativo

En un primer estadio como el que nos ocupa encuentro tres usos principales de Twitter:

- **Twitter como fuente de aprendizaje** y búsqueda de recursos relacionados con nuestra actividad.
- **Twitter como fuente de contactos profesionales** tanto en nuestro sector como en sectores complementarios.
- **Twitter como herramienta para la difusión de contenidos** publicados en nuestro blog, es decir, nuestra aportación a la comunidad de usuarios. (Ver serie de artículos para [crear una cuenta gratuita en WordPress](#)).

Creo buena idea localizar a sus contactos profesionales en Twitter. Para ello tiene dos opciones: importar estos desde sus cuentas de correo (Twitter admite Yahoo, Gmail y AOL) o buscarlos en Twitter tecleando su nombre.

1.- Importar contactos en Twitter desde su correo: entre en su cuenta Twitter con su usuario y contraseña, seleccione la opción “Buscar gente” y, a continuación, la opción “Encuentra amigos”. En el lado izquierdo de la pantalla, seleccione el proveedor de su cuenta de correo electrónico. Ahora introduzca su dirección de correo y su contraseña para que Twitter pueda acceder (es un proceso seguro). Tras hacer clic sobre el botón “Encuentra amigos” (sea paciente, según el tamaño de su lista de contactos el proceso puede tardar una par de minutos), sólo le queda seleccionar aquellos usuarios a los que desea seguir.

2.- Localizar usuarios en Twitter por su nombre: tras haber entrado en su cuenta y seleccionado la opción “Buscar gente”, seleccione ahora la opción “Buscar en Twitter”. Deberá rellenar el campo de texto con el nombre a encontrar y hacer clic sobre el botón “Buscar”. Este método es válido para personas, empresas u organizaciones que tengan perfil en Twitter.

Un detalle importante a tener en cuenta: tenga presente que hasta ahora no ha publicado ningún tweet... le recomendamos seguir estos procesos sólo con contactos profesionales conocidos por usted “en el mundo físico”. Es poco probable que un usuario que no conozca le devuelva el “follow” aunque su perfil esté correctamente completado si no ha realizado ninguna publicación. ¿Cómo saber cuáles son sus intereses y campos de actuación?

Bueno, ya ha llegado. Es el momento de las primeras publicaciones, comencemos a dar contenido a nuestra cuenta profesional o corporativa en Twitter. **Recomendaciones para las primeras publicaciones en Twitter:**

- **No olvide presentarse** y saludar a sus futuros seguidores. Recuerde que Twitter es un canal de comunicación e interacción que, como ocurre en el mundo real, agradece la cortesía y buenas costumbres.
- **Céntrese en los temas de su actividad e interés.** Recuerde que estamos dando los primeros pasos y gestionando un perfil profesional. Más adelante, fruto de la interacción, surgirán contactos con otros usuarios que darán cabida a aspectos más personales. Por el momento, no pierda de vista que es una herramienta de trabajo.
- **Aporte contenido de valor desde el primer momento.** Junto a su perfil detallado, su conversación -es decir, los tweets publicados- es el elemento principal para que otros usuarios decidan seguirle. Por ello es importante que su contenido tenga valor añadido. Una manera sencilla y práctica es publicar enlaces a noticias, entradas en blog o sitios web que sean de su interés y puedan serlo para su “target” en Twitter, es decir, esos usuarios a los que usted se dirige para captar su atención.
- **No se excede publicando enlaces a su blog o página web.** Recuerde que su web está accesible en la descripción del perfil y que un exceso de promoción del contenido propio puede ser perjudicial. Qué es lo razonable: pues, como siempre, el término medio, la medida.
- **Número mínimo de tweets:** Esta es un opinión completamente personal. Creo que no menos de 20 ni más de 40 antes de salir a buscar los primeros contactos. De ellos, no más del 25% referidos a su blog. Insisto, es una opción personal, susceptible de comentarios.
- **Números de seguidos por día:** Este aspecto es especialmente importante y debe cuidarse. Causa muy mala impresión que una cuenta tenga -pongamos- 800 seguidos y en torno a 100 seguidores. La sensación que genera es justo la contraria a la que pretendemos. Una cuenta con esas características parece decir a gritos: ¡Sígueme, quiero muchos followers! Pero recuerde, **los seguidores hay que ganárselos con interacción y contenidos.** Recuerde también que **lo importante no es cuántos seguidores tengo sino cuántos seguidores me escuchan.** Por facilitarle una referencia numérica, empezar con 20 ó 25 por día es razonable.

Twitter: cómo buscar y seleccionar eficazmente los primeros usuarios que quiero seguir

Para que su experiencia en Twitter sea fructífera conviene un **periodo de escucha activa y aprendizaje** antes de poner en marcha todos nuestros recursos.

Este periodo de escucha no será relevante si no buscamos y encontramos usuarios interesantes para nosotros y nuestra actividad. Y al decir relevantes no me refiero a que tengan miles de seguidores sino a que su conversación y aportaciones sean frecuentes y de calidad.

Su primer objetivo: encontrar usuarios de interés. Para ello existen múltiples herramientas pero vamos a señalar sólo algunas de las principales en estos primeros pasos (tiempo habrá de ir profundizando en nuestros conocimientos y habilidades).

1.- **Twellow:** La descripción más sencilla para este servicio es “**Las Páginas Amarillas de Twitter**”, como ellos mismos afirman. Ofrece múltiples opciones de búsqueda: por categorías, por palabras a través de un buscador... Conviene registrarse y completar el perfil (aparecerá así en su buscador además de acceder a otros servicios como “Usuarios Sugeridos”). Esta herramienta está en inglés pero no es excesivamente complicada de entender si dispone de poca soltura con el idioma.

2.- **Locafollow:** Tras haber importado los contactos de sus cuentas de correo y haber hecho una primera búsqueda en Twellow, es momento de visitar LocaFollow, una interesante herramienta que le permite configurar la **búsqueda en función de diversos parámetros:** Bio (la información recogida en el perfil), Localización (escriba la ciudad de su interés), Nombre (para buscar usuarios concretos), Tweets (busque una palabra clave en los tweets de los usuarios). Pruebe también a hacer búsquedas combinando parámetros.

3.- **FollowFriday España:** Antes de nada conviene explicar **qué es FollowFriday.** Es una costumbre entre la comunidad twittera por la que todos los viernes los usuarios recomiendan a otros usuarios para que sean seguidos por la comunidad. La página FollowFriday.es hace un ranking en función de dichas recomendaciones. El tweet para hacer una recomendación en viernes debe incluir alguno de estos hastag #FF #ff #followfriday

@ricardoperez Mi #followfriday de hoy es para @usuario por sus aportaciones diarias de calidad

Buena práctica de FollowFriday: hacer una recomendación por cada tweet explicando el motivo de la misma.

Mala práctica de FollowFriday: hacer recomendaciones masivas (todos los usuarios que quepan en un tweet tras haber puesto el hasta) sin aclarar los motivos.

Son muchos los usuarios que utilizan el segundo modelo, la recomendación masiva sin aclaraciones. Existe un motivo para ello. Es norma de cortesía devolver el FollowFriday. Si un usuario hace muchas recomendaciones y consigue que una buena parte de los recomendados se lo devuelvan, conseguirá una buena posición en el ranking mencionado. El tweet de cortesía devolviendo un FollowFriday quedaría así:

@ricardoperezh Gracias por el #followfriday @usuario @usuario2 @usuario3

Mi sugerencia sobre FollowFriday: hacerlo o no es una decisión personal, igual que hacerlo de un modo personalizado o masivo. Si usted quiere agradecer las aportaciones de otros usuarios, use el followfriday de manera razonable y argumentada. Yo, personalmente, no sigo a ningún nuevo recomendado sin un motivo para hacerlo. Pero insisto, es una decisión personal.

Si gestiona un perfil profesional o corporativo, recuerde que las buenas prácticas en FollowFriday son tan importantes como en el resto de usos del canal Twitter.

4.- Listas y seguidores: Una vez que haya localizado los primeros perfiles de usuarios que son de su interés, repare en dos cosas importantes. Es muy probable que éstos hayan ordenado sus seguidos por listas. Visítelas y vea los perfiles y timelines de dichos usuarios. Es una valiosa fuente de inspiración para ir creando su red de contactos. Repare también en los seguidores de dichos usuarios. Si usted y el usuario en cuestión tienen afinidades temáticas, profesionales, de contenido... es muy probable que a esos seguidores también les interese su conversación.

Twitter: ¿Una o varias cuentas para mi empresa?

1.- El uso de Twitter: ¿Qué uso profesional va a dar a su perfil o perfiles en Twitter? Busca establecer contactos con otros profesionales o empresas referentes en su sector, busca hacer un seguimiento de las actividades de su competencia, busca crear sinergias de colaboración con otras empresas o profesionales o quizá busca proveedores, partners...

2.- Su empresa: Al decir su empresa me refiero a su **tamaño** (tanto en número de colaboradores como niveles de facturación... porque la [gestión profesional de Twitter](#) con varios canales requerirá [trabajadores formados en habilidades 2.0](#) o un presupuesto para exteriorizar el servicio), la **estructura** de esta (articulada en divisiones, distintos productos o servicios), su **ámbito de actuación** (¿es una empresa internacional con presencia en diversos países?).

3.- Sus objetivos en Twitter: Hemos mencionado en anteriores entradas que la gestión de un perfil profesional en Twitter debe ser acorde con su estrategia de Comunicación y especialmente con su estrategia de identidad digital. ¿Cuál es el objetivo? Incrementar ventas, ampliar cartera de contactos, promocionar productos y/o servicios.

Son muchos los factores a tener en cuenta. **Según el uso de Twitter** que sea más conveniente para usted habrá que tomar una u otra decisión. Por ejemplo: si decide usar Twitter como un canal más para la atención al cliente es necesario plantearse en qué punto del proceso se aplicará (contacto preventa, atención postventa, soporte técnico...)

Si su empresa cuenta con **diferentes divisiones** trabajando en varios países quizá sea interesante plantear la opción de varias cuentas. Reflexiones sobre si ello sería un elemento de dispersión, si no podría resolverse con un único perfil que comunique en -por ejemplo- tres lenguas principales en función de dichos países o si la opción más eficaz es un perfil en Twitter para cada división.

Pero sobre todo, sus **objetivos de Comunicación** en Twitter son los que deben guiar esta toma de decisiones. Me explico. Usted opta por un único perfil corporativo en Twitter pero en los próximos meses va a lanzar un nuevo producto que será apoyado con la puesta en marcha de un microsite web, algunas acciones en medios tradicionales, una campaña de anuncios en Google etcétera. Puede ser una buena opción un perfil Twitter exclusivo para ese producto durante un tiempo limitado y **aportando valor añadido** en forma de ventajas, experiencias personales...

TweetDeck: gestor para Twitter, Facebook, LinkedIn, Foursquare, Buzz y MySpace



TweetDeck es una completa herramienta que permite **gestionar varias cuentas Twitter a la vez desde un único espacio** con la ventaja añadida de integrar los mensajes en otras redes como Facebook, LinkedIn, Foursquare o MySpace.

Es un recurso de gran utilidad para profesionales o pymes que promueven sus productos o servicios segmentando los canales. Destaca por su sencillez de uso y rápido aprendizaje. **Disponible en tres formatos: escritorio, iPhone e iPad.** En esta entrada nos centraremos en la revisión de su versión escritorio.

Principal inconveniente: al funcionar bajo Adobe Air consume memoria, por lo que se precisa un equipo con un mínimo de potencia para trabajar al tiempo con otras aplicaciones. Puede [descargar Adobe Air desde este enlace](#).

Una vez descargado e instalado Adobe Air, haremos lo propio con la herramienta que nos ocupa. Puede [descargar TweetDeck desde este enlace](#). El proceso de descarga e instalación es extremadamente sencillo, por lo que no nos detendremos en ello (si experimenta alguna dificultad, no dude en hacer uso del espacio para comentarios, estaremos encantados de ayudarle).

¿Cuáles son las principales características de TweetDeck?

- **Actualiza el estado de varias redes sociales** a la vez: Twitter, Facebook, LinkedIn, Flickr y MySpace. Un sólo clic es suficiente para publicar un mensaje en todas ellas.
- **Comparte video y fotografía.** a tan sólo un clic desde la barra de herramientas como veremos a continuación.
- **Acorta automáticamente direcciones URL** pudiendo elegir entre varias opciones de acortadores para ello. Muy útil al enlazar contenidos en, por

ejemplo, blogs donde los títulos son extensos y consumen gran parte de los 140 caracteres disponibles en Twitter.

- **Sigue la actividad de diferentes redes mediante columnas configurables:** timeline, replys, DM, new followers, listas personalizadas, resultados de búsqueda de hastags... (si estos conceptos le son desconocidos visite el [pequeño diccionario de términos básicos Twitter](#)).

¿Cómo añadir un perfil Twitter en TweetDeck?

- a) Clic sobre el icono “Setting” (Configuración), la llave inglesa ubicada en el espacio superior derecho. Se desplegará una pantalla de configuración.
- b) Clic sobre “Accounts”, Clic sobre “Add new account”, Clic sobre “Add a Twitter Account”
- c) Introducir nombre de usuario Twitter (Twitter username), introducir su contraseña (Twitter password) y clic sobre “Verify Details”.
- d) No olvide guardar los cambios pulsando “Save settings”.

¿Cómo añadir un perfil de Facebook, LinkedIn o MySpace?

- a) Repita los dos primeros pasos del proceso anterior y, en vez de hacer clic sobre “Add a Twitter Account” seleccione la red que desee añadir.
- b) Al terminar, no olvide guardar los cambios pulsando “Save settings”.

Las funcionalidades más destacadas de TweetDeck:

La siguiente imagen muestra las opciones del menú situado en la parte superior izquierda de la pantalla principal:



A continuación, las posibilidades que ofrecen los iconos ubicados en el extremo superior derecho de la pantalla principal. Están distribuidos en dos filas. La fila inferior (en la derecha de la imagen) puede ocultarse.



En tercer lugar, mostramos las opciones presentes para cada una de las columnas activadas según nuestras preferencias para mostrar una o varias de las redes sociales que TweetDeck permite actualizar.





RICARDO
PEREZ.

FORMACIÓN
SOCIAL MEDIA
COMUNICACION

Web: www.ricardoperez.es

Blog: www.ricardoperez.es/blog

Twitter: [@ricardoperezh](https://twitter.com/ricardoperezh)

Facebook: [Ricardo Pérez Comunicación](https://www.facebook.com/Ricardo-Perez-Comunicacion)

Gracias por tu tiempo y atención.

Si has encontrado este documento de utilidad e interés,
indica a tus contactos y amigos dónde lo conseguiste.