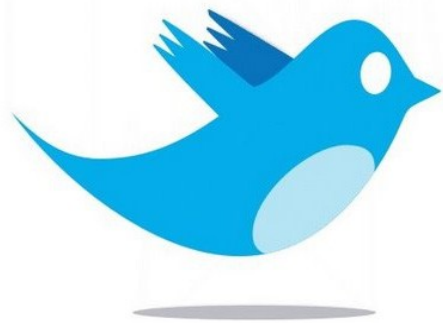


## Guía de uso de Twitter en la empresa



Twitter se ha convertido en una de las herramientas más populares de Internet, con cerca de [45 millones de usuarios en todo el mundo](#). Su éxito ha derivado en un sinnúmero de aplicaciones, muchas de ellas en el ámbito empresarial. Con este documento pretendemos facilitar la vida a las empresas y profesionales que se acercan a Twitter con el objetivo de sacarle el máximo partido posible. De hecho, un reciente estudio de Burson-Marsteller muestra que el [54% de las principales 100 empresas americanas emplea twitter](#).

### ¿Por qué está teniendo tanto éxito?

La principal característica de Twitter es su simplicidad. Escribir frases de no más de 140 caracteres está al alcance de cualquiera y más aún si su particular informalidad permite el uso de todo de abreviaturas, al igual que sucede en el mundo de los SMS. La web también es tremendamente sencilla, pues tan sólo tiene una caja de texto en la que escribir. No hay que acostumbrarse a un interfaz mucho más complejo, como sí sucede en redes sociales más sofisticadas.

En segundo lugar, Twitter genera lazos emocionales entre los usuarios, que pueden sentirse casi como si estuvieran juntos físicamente, aunque tan sólo estén unidos por un ordenador o móvil. Dicho de otra forma, Twitter genera cuadrillas de personas que se leen entre sí y que, por tanto, se sienten más cercanas. La reciprocidad intrínseca al sistema de Followers (seguidores) y Followed (seguidos) genera todavía más conexión entre las personas.

Y en tercer lugar, su poder de movilización es extraordinario, tal y como ha quedado demostrado recientemente en Irán, al actuar como agregador de estudiantes que protestaban contra el funcionamiento electoral. En ámbitos más mundanos, la capacidad de Twitter para extender rumores lo convierten en una impresionante plataforma de "cotilleo". No hay que olvidar que la comunicación es una necesidad humana. No es de extrañar, por ello, que la revista Time abriera recientemente su portada con un reportaje titulado "[Cómo Twitter va a cambiar el mundo en que vivimos](#)".

### ¿Cómo empezar con Twitter?

Antes de empezar a tuitear, hay que crear una cuenta en la web de Twitter. Lo fundamental es lo que pongamos en nuestro perfil: un texto corto explicando a qué nos dedicamos o cuál es nuestro proyecto vital. Todos los que vayan a curiosear en nuestra página leerán lo que ponga en este punto, que junto a la foto, tiene una importancia especial. También es posible modificar todo el fondo de la página, empleando para ello alguna de las aplicaciones disponibles en Internet. Las empresas suelen aprovechar esta opción para colocar su logo y colores corporativos.

Una vez creada la cuenta, podemos empezar a escribir, a buscar amigos y a ganar seguidores. ¿Y de qué escribimos? La regla es sencilla: de todo aquello que pueda interesar a los demás. Lo fundamental es marcar una clara línea de discurso. Puede ser muy personal ("lo que hago

en mi vida") o temática ("a lo que me dedico"). Los mensajes de tipo personal tienen más éxito, por aquello del morbo, pero son probablemente menos interesantes desde un punto de vista empresarial. Respecto al número de mensajes, lo recomendable es escribir un mínimo diario de dos pero no muchos más de diez.

Y la tercera fase, que no por ello es la menos importante, es la de atraer usuarios y seguidores. Por una parte, gente que visite nuestra página de Twitter para ver lo que ponemos y que se sientan atraídos por ese contenido hasta el punto de suscribirse al mismo y convertirse en seguidores. Para esto hay toda una serie de técnicas provenientes todas ellas del mundo de las relaciones públicas.

Unas de ellas pasan por conseguir que la gente llega dando la máxima visibilidad posible a lo que escribimos. Desde colocar la dirección de Twitter en el máximo número posible de sitios, incluida la tarjeta de visita ([ver el caso de Tony Hsieh, director general de Zappos](#)) o incluso la camiseta ([ver](#)). Otras técnicas se basan en el marketing relacional. Es decir, en hablar con gente a través de Twitter y en conseguir que otros reenvíen (retuiteen, en el argot) lo que hemos escrito. Y por supuesto, nunca hay que olvidar la vieja técnica de escribir o llamar a nuestros conocidos para pedirles directamente que nos sigan.

### **¿Es cierto que puedo hacer que mi Twitter sea privado?**

Sí. Por defecto, todo lo que escribas en Twitter estará accesible a todo el mundo. Pero si prefieres que sólo lo lean aquellas personas a las que hayas autorizado previamente, puedes convertir tu Twitter en privado. La principal ventaja de esta fórmula es la discreción, mientras que el problema que plantea es que va a ser más difícil captar usuarios, ya que sólo podrán saber lo que escribes una vez les hayas aceptado. Pero esto permite generar comunidades más fuertes, ya que se parte de la base de que existe una relación previa entre los usuarios.



**This person has protected their tweets.**

### **¿En qué se diferencia Twitter de un blog?**

Realmente Twitter es muy similar a un blog, con la única diferencia de que los mensajes tienen un tamaño mucho más reducido, limitado a 140 caracteres. De ahí que se hable de microblogging para referirse a Twitter y a otras herramientas similares. Su simplicidad es la que ha llevado a muchos usuarios a mudarse del blog a Twitter.

### **¿Siempre que quiero escribir algo en mi cuenta de Twitter tengo que ir a la web de Twitter?**

Es otra de las diferencias con los blogs, que sólo se podían publicar acudiendo a una página especial. Sin embargo, puedes emplear tu cuenta de Twitter desde la web de Twitter o desde cualquier aplicación preparada específicamente para ello y que puede estar instalada en tu ordenador (caso de Seesmic), en tu navegador (caso de TwitterFox) o en tu móvil. Además, desde el primer momento, Twitter facilitó la publicación y recepción de mensajes con el simple envío de los mismos como mensajes SMS desde el móvil.

## ¿Puedo tener más de una cuenta de Twitter?

Por supuesto. Tantas como direcciones de e-mail tengas. La dificultad puede ser su uso simultáneo, ya que si empleas la web tendrías que desloguearte y volver a conectarte con cada una de ellas para poder utilizarlas. Afortunadamente, hay diversas herramientas que permiten utilizar más de una cuenta desde un mismo interfaz. Por ejemplo, Twitterfox.

## ¿Tengo que leerme todo lo que comentan las personas a las que sigo?



Obviamente, no. De hecho, casi nadie lo hace. Sobre todo, si se sigue a más de 100 personas. No hay que estresarse con el exceso de información. Cada uno hace lo que puede y, en el caso de Twitter, esto consiste en revisar de vez en cuando lo que comentan los conocidos, pero sin llegar nunca a convertirlo en una necesidad imperiosa.

## ¿Tuitean las empresas o las personas?

Lo ideal es que tuiteen las personas, pero una empresa que representa a un conjunto de personas también puede hacerlo. Eso sí, tendrá que buscar una fórmula para que sus mensajes resulten interesantes pese a no tener un componente personal.

## ¿Para qué se puede emplear Twitter en una empresa?

Estos son los usos más habituales:

1. Relaciones públicas. Es decir, extender los mensajes de las empresas al máximo posible. Como normalmente se trata de notas de prensa, deben adaptarse sustancialmente para su inclusión en 140 caracteres y para que no parezca simple propaganda, lo que generaría el rechazo de los posibles seguidores. Este es el principal uso que las empresas hacen hoy de Twitter. Según un estudio de Burson-Marsteller, el 94% de las principales empresas americanas que emplean Twitter lo usan para transmitir noticias y similares. El 67% para atención al cliente y el [57% para comunicar ofertas especiales](#).

Relacionado con lo anterior, uno de los principales objetivos del uso de twitter por parte de las empresas es dar una voz humana e informal a una entidad que normalmente tiene una imagen un tanto artificial. De esta forma, se da credibilidad a los mensajes corporativos y se les da mayor visibilidad. Esto se traduce a la larga en mayor fidelidad de los consumidores y atracción de talento. En el caso de un profesional que tuitea sobre su trabajo, la principal contrapartida que obtendrá es que se convertirá en la referencia en esa temática.

2. Atención al cliente. Es un fenómeno en plena efervescencia, ya que muchos consumidores tuitean problemas con los productos o servicios que adquieren. Para las empresas es importante atender estas quejas y tratar de mostrar cercanía con los usuarios y Twitter se convierte, con la ayuda de un programa adaptado para ello (por ejemplo, CoTweet o Salesforce), en un gran CRM, un software para gestionar la relación con los clientes.

Relacionado con lo anterior, cada día se emplea más Twitter para "palpar el ambiente" y conocer qué dice la gente sobre un producto o una marca. Para ello, basta con hacer una simple búsqueda en Twitter y examinar lo que se dice de esa marca o producto. Esta atención

no tiene por qué estar relacionada con quejas y reclamaciones y puede emplearse para captar ideas relacionadas con el negocio de una empresa. Entre las empresas que hacen este tipo de uso de Twitter destacan varias aerolíneas, la cadena de tiendas BestBuy, Ford o el [Bank of America](#).

3. Comercio electrónico. El caso de Dell es uno de los más comentados de uso empresarial de Twitter, ya que la firma de informática ha conseguido vender más de un millón de dólares en ordenadores en un año a través de las ofertas que lanza a través de Twitter. De todas formas, el potencial de Twitter para el comercio electrónico es enorme. No hay que olvidar que muchos usuarios emplean habitualmente esta herramienta para pedir recomendaciones sobre productos o servicios que tienen que adquirir. Aprovechar ese cruce de información para [facilitar el acceso a tiendas online no es descabellado](#). Sin ir más lejos, ya existe un sistema para [tuitear cada vez que alguien compra algo](#) y otro para seguir [todo tipo de ofertas](#).

4. Incrementar la productividad interna. Los fallos de comunicación en muchas organizaciones generan confusiones y retrasos y, por ende, importantes costos adicionales. Emplear herramientas como Twitter o Yammer, una versión de uso interno en organizaciones, tiene por ello todo el sentido del mundo. Permite que todos los miembros de una empresa sepan en tiempo real qué están haciendo los demás, evitando así muchas de las confusiones que se producen en el día a día. Entre las empresas que hacen este tipo de uso de Yammer destacan Telefónica I+D o Red.es.

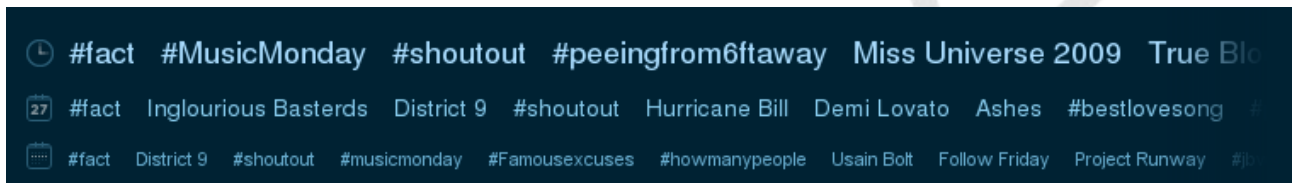
Referencia: [Productividad en twitter](#)

Referencia: [Sobre Yammer](#)

5. Realizar pagos. Y es que han surgido varias empresas que gestionan pagos a través de Twitter, como Twitpay, Tipjoy o Twippr y que se quedan con una parte de la transacción como comisión por la gestión. Paypal, un sistema de pagos por Internet propiedad de eBay, también está interesada en este tipo de uso de Twitter.

### ¿Para qué otras cosas se emplea Twitter?

Uno de los usos más habituales es el envío de información por parte de medios de comunicación. Twitter es ante todo un sistema de difusión rápida de información a mucha gente a la vez. De hecho, los estudios muestran que el 10% de los usuarios envían el 90% de los mensajes de Twitter, cuando en una red social ordinaria ese mismo 10% apenas produce el 30% del contenido. ¿Qué ocurre? Simplemente, que hay muchos robots enviando [noticias de manera automatizada](#).



Otro uso muy interesante de Twitter es la atención de emergencias. El caso más conocido fue el de los atentados terroristas de Mumbai, cuando Twitter se utilizó como el método más rápido para enviar información a familiares y amigos de los afectados. En un reciente atentado de ETA en Bilbao, la foto del coche en llamas circuló como la pólvora por Twitter y llegó incluso a ser utilizada, sin permiso, en dos medios de comunicación.

Finalmente, también hay que mencionar el activismo ciudadano, que como ha quedado

demostrado este año en Irán y Moldova, cada día recurre más a nuevos métodos de movilización. En China, donde muchos grupos políticos estaban empleando Twitter para plantarse frente al Gobierno, el Ejecutivo ha reaccionado prohibiendo el acceso a esta herramienta en todo el país. Eso sí, los grandes poderes también pueden emplear Twitter para "tapar" sus desmanes o para [distorsionar la imagen de lo que está ocurriendo](#).

### **Vocabulario de Twitter:**

- Tweetup: es un encuentro de usuarios de Twitter. En Madrid se llaman TwitMad.
- Tuitero (tweeter en inglés): es el usuario de Twitter.
- FollowFriday: es un juego en virtud del cual todos los viernes diversos usuarios indican qué usuarios son sus favoritos en Twitter.
- Reply o @reply: es un mensaje enviado a alguien pero que pueden leer todos los demás usuarios. Para que este mensaje sea privado se debe utilizar la mensajería interna de Twitter o bien escribir D o DM y el nombre del usuario.
- #algo: cuando un usuario quiere remarcar que su mensaje está relacionado con un evento o acontecimiento utiliza la fórmula #nombre del evento. De esta forma, es más fácil agrupar todos los mensajes relacionados con ese acontecimiento. Por ejemplo, #eurovision lo utilizan todos los que están tuiteando en directo lo que ocurre durante el Festival de Eurovisión.
- Retweet (o retuiteo): consiste en reenviar un mensaje de otro usuario, normalmente porque nos ha parecido muy relevante y creemos conveniente compartirlo con nuestros seguidores.
- Twitterati: son los usuarios que más seguidores tienen. Se puede conocer quiénes son a través de sistemas como el ranking de Alianzo.
- Tweet: un mensaje enviado a través de Twitter.
- Microblogging: es el género de herramientas como Twitter, en el que también se puede incluir a Yammer.

