

TWITTER

Marketing personal y profesional

JOSÉ ANTONIO CARBALLAR FALCÓN



TWITTER. Marketing personal y profesional
José Antonio Carballar Falcón

ISBN: 978-84-9383 12-2-6

EAN: 978849383 1226

Copyright © 2011 RC Libros
© RC Libros es un sello y marca comercial registrado

TWITTER. Marketing personal y profesional. Reservados todos los derechos. Ninguna parte de este libro incluida la cubierta puede ser reproducida, su contenido está protegido por la Ley vigente que establece penas de prisión y/o multas a quienes intencionadamente reprodujeren o plagiaran, en todo o en parte, una obra literaria, artística o científica, o su transformación, interpretación o ejecución en cualquier tipo de soporte existente o de próxima invención, sin autorización previa y por escrito de los titulares de los derechos de la propiedad intelectual.

RC Libros, el Autor, y cualquier persona o empresa participante en la redacción, edición o producción de este libro, en ningún caso serán responsables de los resultados del uso de su contenido, ni de cualquier violación de patentes o derechos de terceras partes. El objetivo de la obra es proporcionar al lector conocimientos precisos y acreditados sobre el tema tratado pero su venta no supone ninguna forma de asistencia legal, administrativa ni de ningún otro tipo, si se precisase ayuda adicional o experta deberán buscarse los servicios de profesionales competentes. Productos y marcas citados en su contenido estén o no registrados, pertenecen a sus respectivos propietarios.

RC Libros
Calle Mar Mediterráneo, 2. Nave 6
28830 SAN FERNANDO DE HENARES, Madrid
Teléfono: +34 91 677 57 22
Fax: +34 91 677 57 22
Correo electrónico: info@rclibros.es
Internet: www.rclibros.es

Diseño de colección, cubierta y pre-impresión: Grupo RC
Impresión y encuadernación: Service Point
Depósito Legal: M-4279-2011
Impreso en España

15 14 13 12 11 (02)

ÍNDICE

PRÓLOGO	XI
CAPÍTULO 1. QUÉ ES TWITTER.....	1
QUÉ ES UNA RED SOCIAL	1
Qué es un blog.....	2
QUÉ ES TWITTER.....	4
Qué no es Twitter.....	6
HISTORIA	7
CÓMO FUNCIONA	8
PARA QUÉ SE UTILIZA	10
CAPÍTULO 2. PRIMEROS PASOS	15
INTRODUCCIÓN	15
ANTES DE EMPEZAR.....	16
Terminología propia de Twitter	18
ABRIR UNA CUENTA	20
PÁGINA DE INICIO.....	23
CONFIGURACIÓN DE TWITTER.....	26
La imagen del perfil	30
Personalizar el diseño	31
Perfil público y privado.....	33
MENÚ SUPERIOR	35
ÁREA LATERAL.....	36

CAPÍTULO 3. ENCONTRAR A QUIÉN SEGUIR.....	41
A QUIÉN BUSCAR.....	41
CÓMO BUSCAR CON TWITTER.....	44
SUGERENCIAS DE PERSONAS A LAS QUE SEGUIR.....	47
BÚSQUEDA AVANZADA.....	50
Web de búsqueda avanzada.....	51
ETIQUETAS O <i>HASHTAGS</i>	53
RECURSOS DE BÚSQUEDA DE TERCEROS.....	56
CAPÍTULO 4. GESTIONAR LOS TWEETS RECIBIDOS.....	59
LEER LOS <i>TWEETS</i>	59
<i>TWEETS</i> FAVORITOS.....	61
DEJAR DE SEGUIR A ALGUIEN.....	63
REENVIAR O <i>RETWITTEAR</i>	64
RESPONDER.....	67
MENSAJES DIRECTOS.....	68
LISTAS.....	71
Agregar o dar de baja.....	72
Importar listas.....	74
APLICACIONES DE TERCEROS.....	76
CAPÍTULO 5. ESCRIBIR TWEETS.....	81
INTRODUCCIÓN.....	81
SOBRE QUÉ ESCRIBIR.....	83
El primer <i>tweet</i>	86
Dirección URL de un <i>tweet</i>	87
Cómo limitar el tamaño del <i>tweet</i>	87
QUIÉN NOS MENCIONA.....	88
ACORTAR DIRECCIONES URL.....	89
GEOLOCALIZACIÓN.....	90
<i>Tweet</i> con localización.....	93
PREGUNTARLE A UN ROBOT.....	94

REGLAS DE BUEN COMPORTAMIENTO	96
HACER UNA COPIA DE NUESTROS <i>TWEETS</i>	98
CAPÍTULO 6. TWITTER DESDE EL MÓVIL	101
INTRODUCCIÓN	101
ACCEDER A TWITTER CON EL MÓVIL	102
TWITTER A TRAVÉS DE SMS	103
Códigos de órdenes	105
Los números de teléfono de Twitter	107
ACCESO A TRAVÉS DE <i>MOBILE TWITTER</i>	108
APLICACIONES PARA EL MÓVIL	109
Autorización de acceso a las aplicaciones con OAuth	111
Geolocalización con el móvil	113
CAPÍTULO 7. EL MARKETING EN TWITTER	115
INTRODUCCIÓN	115
DEFINIR LA ESTRATEGIA	116
Qué están haciendo otros	116
Objetivos posibles	120
DEFINIR LA TÁCTICA	121
REALIZAR EL SEGUIMIENTO	125
Sobre el número de seguidores	126
Qué medir	128
Herramientas de medición	131
EL MARKETING PERSONAL	135
ANEXO A. GLOSARIO	139
ANEXO B. RECURSOS Y HERRAMIENTAS DE TWITTER	145
ÍNDICE ALFABÉTICO	153

Prólogo

Gracias a la globalización, nuestra generación ha tenido la oportunidad de viajar por el mundo por motivos de estudios, trabajo, aprendizaje de idiomas o por ampliar las redes sociales a nivel internacional. En nuestro caso, eso ha sido así. Los tres hemos vivido, estudiado y viajado por diferentes países, lo que nos ha llevado a conocer personas de todo el mundo y a desarrollar interés por productos, empresas y organizaciones alejados de nuestros lugares de origen. Para nosotros, las redes sociales online, como Twitter, se han convertido en una herramienta fundamental, al permitirnos estar en contacto e informados independientemente de nuestra ubicación geográfica. Por cierto, nos encontramos al hacer un Máster en Dirección Estratégica y Negocios Internacionales en la Universidad de Sevilla, en España. Así conocimos a José Antonio, con el que seguimos manteniendo la amistad gracias a las redes sociales *online*.

La cuestión es: ¿Para qué usa Twitter la gente como nosotros? En pocas palabras, para mantenernos permanentemente al día sobre los temas que nos interesan: la gente, eventos, aficiones, deportes, empresas, profesionales y un largo etcétera. Por ejemplo, Twitter nos ha permitido participar en discusiones políticas durante la campaña de las elecciones de Estados Unidos, estar al día en temas de actualidad sobre la Unión Europea, seguir los pensamientos y actividades de actores como Javier Bardem o de directores como Pedro Almodóvar, mantenernos en contacto con empresas como Inditex o El Corte Inglés, seguir eventos como la Copa del Mundo de Fútbol en Sudáfrica o los de Cirque du Soleil. Además, Twitter nos sirve para compartir con nuestros

amigos pensamientos, experiencias y contenidos de distinto tipo. No obstante, sabemos que Twitter tiene mucho más que ofrecer.

El éxito de una empresa depende, en gran medida, de las relaciones que mantiene con sus clientes, y estas formas de relación están cambiando. Las redes sociales *online* están adquiriendo una gran notoriedad a la hora de dar a conocer una marca, un producto o un servicio. Twitter es una buena herramienta para que las empresas, grandes y pequeñas, y los profesionales aumenten su red de contactos, reciban información de sus clientes, se relacionen con ellos de una forma más rápida y directa, les hagan llegar información relevante sobre sus capacidades, marcas, productos o servicios. En definitiva, Twitter es una herramienta indispensable para las empresas y profesionales que desean estar más cerca de sus competidores, colegas, clientes y proveedores en esta nueva era virtual.

Un aspecto que siempre hemos valorado de José Antonio es su inquietud por mantenerse al día. Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación están en continua evolución, lo que hace que sea fácil perderse entre tanta innovación. Para evitarlo, José Antonio nos traduce a los lectores las nuevas tendencias e innovaciones a un lenguaje sencillo. Su don para simplificar lo complejo ya lo ha demostrado en sus libros anteriores, lo que es una garantía de que la lectura será interesante. En este libro, José Antonio nos explica cómo funciona Twitter y cómo sacarle provecho de su inmenso poder de comunicación. Esperamos que disfruten de su lectura.

Victoria Jezierski, emprendedora alemana que vive en Suecia.

Jerom Lemke, emprendedor holandés que vive en España.

María Lira, emprendedora brasileña que vive en Brasil.

CAPÍTULO 1

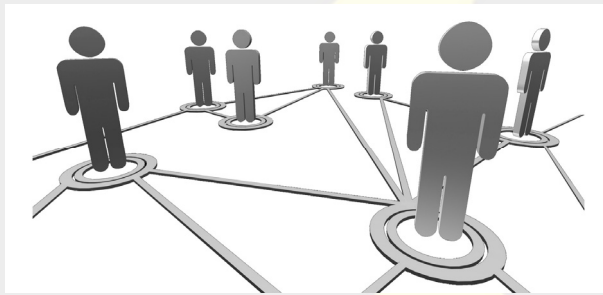
Qué es Twitter

QUÉ ES UNA RED SOCIAL

Una red social es un grupo de personas con algún tipo de interés común que se comunican online. Los participantes de la red pueden conocerse personalmente (por ejemplo, ser antiguos compañeros del colegio) o puede que no, ya que lo que los une no tiene que ser una amistad existente, sino un interés común por algo (una afición, un tema social, coleccionismo, nueva tecnología, etc.). La red le ofrece la posibilidad de compartir sus conocimientos y experiencias mediante el uso de aplicaciones basadas en internet. La red social más conocida y extendida es Facebook (en julio de 2010 alcanzó los 500 millones de usuarios en todo el mundo), aunque en realidad existen cientos de ellas con distintos ámbitos geográficos, temáticos, idiomas y objetivos. Algunas redes son utilizadas exclusivamente por quinceañeros (por ejemplo, Tuenti), mientras que otras, por ejemplo, son de dominio casi exclusivo de profesionales (por ejemplo, LinkedIn).

El funcionamiento de las redes sociales consiste en que cada usuario debe darse de alta en la web, crear su perfil y establecer, de una u otra forma, su red de contactos o grupos de personas con las que se desea relacionar. Los contenidos de texto o multimedia (fotos, vídeos, imágenes, etc.) que crea cada usuario los comparte, de una forma más o menos restringida, con su red de contactos.

Las primeras redes sociales online se crearon en base a un antiguo sistema informático conocido como BBS (*Bolletín Board System* o tablón de anuncios). La primera BBS se creó en 1977 y permitía que sus usuarios intercambiaban textos y archivos. En España llegó a haber más de 500 BBS en los años 90. Estos sistemas se vieron sustituidos por el uso de internet, apareciendo distintos tipos de comunidades como listas de correo electrónico, grupos de noticias (*newsgroup*), chat, etc. El primer servicio de red social como lo conocemos hoy fue Friendster en el año 2002. A éste le han seguido otros más conocidos hoy en día como Myspace, LinkedIn, Facebook o Twitter.



Para hacernos una idea de la importancia que están alcanzando las redes sociales, en una investigación realizada hace un par de años sobre el uso de las tecnologías digitales en 16 países industrializados se concluyó que los adultos pasamos una media de un tercio de nuestro tiempo libre conectados a una red social, que estamos dados de alta en dos redes sociales y que mantenemos un contacto habitual con 16 personas a las que hemos conocido en internet. Otro dato interesante es que, en ese año, cinco de las diez web más visitadas en el mundo eran redes sociales genéricas, y de las otras cinco, cuatro tenían algunas características propias de redes sociales.

Qué es un blog

Un blog, también conocido como *webblog* o bitácora, es una herramienta web que permite que cualquier persona pueda crear textos, llamados artículos, y publicarlos en internet. La gran ventaja que ofrecen los blogs es que no hace falta disponer de ningún conocimiento técnico específico, por lo que cualquier persona puede generar contenidos en internet. El usuario

sólo tiene que incluir su texto en un formulario e indicar los archivos que desea adjuntar (de imagen, de vídeo, etc.). Los textos son publicados automáticamente en la página web del blog del usuario en orden cronológico inverso. Si es necesario, puede clasificar sus artículos en distintas categorías. Una característica muy interesante que incluyen los blogs es la posibilidad de que sus lectores puedan añadir sus propios comentarios a los artículos.

Los blogs son simples páginas web, por lo que para leer su contenido no hace falta ningún tipo de suscripción. Sólo hay que introducir la dirección web del blog en el navegador. Su contenido es igualmente alcanzable a través de los buscadores.



Los blogs nacieron en 1995 como una forma de ofrecer listas de sitios web interesantes, pero pronto se empezaron a utilizar como diarios personales o cuadernos de anotaciones (de ahí el nombre de bitácora) donde la gente dejaba constancia de sus quehaceres o experiencias diarias. No obstante, su uso ha ido evolucionando hasta el punto de convertirse en muchos casos en un medio de comunicación personal con un alto grado de influencia social.

Por tanto, si se tiene aficiones periodísticas, el blog es la forma de publicar artículos que, potencialmente, puedan ser leídos por los millones de usuarios de internet. Aunque la temática que más abunda en los blogs son las nuevas tecnologías, cada vez son más numerosos los blogs periodísticos que abordan temas de interés general.



QUÉ ES TWITTER

Twitter es un servicio que permite compartir pensamientos, información, enlaces, etc., con cualquier usuario web, así como comunicarse directamente, de forma privada o pública, con otros usuarios de Twitter. Esto quiere decir que **Twitter es una red social y un blog a la vez**. Por un lado, permite crear comunidades de usuarios interconectados, permite que un grupo de personas compartan unos intereses comunes; esto es, es una red social. Pero, por otro, permite que el contenido creado por los usuarios de Twitter pueda ser visto, de una forma abierta, por cualquier usuario web; lo que significa que se parece mucho a un blog.

Otra de las particularidades características de Twitter es que **cada texto o artículo que escriben sus usuarios no puede exceder de 140 caracteres**. La

idea en la que se basa Twitter es simple: se trata de contar lo que se está haciendo o pensando de una forma simple. Como sólo se tienen 140 caracteres, no hace falta ser un escritor o tener dotes narrativas para atreverse a escribir. Es tan sencillo como escribir un mensaje SMS en el móvil. Fuera complicaciones. Describir qué nos pareció la película que vimos ayer puede ser todo un reto si no tenemos límite de escritura, pero es mucho más fácil si sólo podemos escribir un texto corto: “Avatar es impresionante verla en 3D. La disfruté mucho”. Listo.

Como el objetivo de Twitter es hacer que sus contenidos lleguen a todos, estén o no dados de alta en Twitter. Salvo que se especifique lo contrario, todos los textos que escriben sus usuarios podrán ser vistos sin restricciones en internet. No obstante, la mejor manera de hacer uso de los contenidos de Twitter es darse de alta como usuario, ya que esto nos permite, no sólo aportar contenidos, sino buscar y organizar adecuadamente aquellos otros contenidos que deseamos ver.



Qué no es Twitter

En ocasiones, cuando se intenta explicar algo, las cosas se ven más claras cuando se descarta lo que no es. Como un pequeño juego, digamos que Twitter no es nada de lo siguiente:

- ✓ **No es un blog.** De alguna forma, Twitter comparte algunas de las características de un blog y puede ser utilizado con los mismos objetivos, pero ambas herramientas tienen funcionalidades distintas, por lo que pueden utilizarse simultáneamente de forma independiente. No obstante, hay usuarios que utilizan Twitter, entre otras cosas, para enlazar a los nuevos *post* de su blog.
- ✓ **No sustituye a otras redes sociales como Facebook o Myspace.** Twitter es una poderosa herramienta de comunicación que puede utilizarse de forma independiente o como complemento de las anteriores. A diferencia de Facebook o Myspace, Twitter no está orientado a crear grupos cerrados de amigos, sino que su objetivo es que los pensamientos lleguen lo más lejos posible. Por defecto, cualquiera puede seguir nuestros textos, salvo que expresamente se lo deneguemos.
- ✓ **Permite crear grupos de amigos.** El hecho de que Twitter sea abierto no quiere decir que no se puedan mantener conversaciones entre amigos. La única particularidad es que Twitter está pensado para que ese grupo de amigos pueda crecer fácilmente con la incorporación de nuevos miembros. No obstante, si se desea, se podrá mantener cerrado.
- ✓ **No sustituye al correo electrónico.** Twitter se puede utilizar para que dos personas se intercambien mensajes privados, pero, al tener una limitación de 140 caracteres, no se puede decir que sustituya al correo electrónico. Los correos electrónicos tienen otras características y pueden utilizarse para hacer otras muchas cosas.
- ✓ **No es una mensajería instantánea.** Ciertamente, Twitter tiene muchas de las características de la mensajería instantánea o de las

aplicaciones de chat, pero se trata de tecnologías distintas, con funcionalidades diferentes que buscan propósitos diversos.

- ✓ **No es algo que sólo funcione en web.** Los usuarios de Twitter se pueden comunicar también por teléfono móvil, dispositivos móviles o determinadas aplicaciones informáticas.



HISTORIA

La historia de Twitter comienza en San Francisco, en marzo de 2006, como un proyecto de investigación y desarrollo que lleva a cabo una pequeña empresa llamada Obvious, LLC. Para hacernos una idea del entorno, esta empresa la fundó un joven de 34 años llamado Evan Williams, que ya era presidente de otra empresa llamada Odeo, Inc. y anteriormente había sido socio fundador y presidente de Pyra Labs. Esta última es la que desarrolló uno de los servicios de internet con más éxito: Blogger (www.blogger.com). Pyra Labs, y su servicio Blogger, fueron adquiridos por Google en 2003.

Volviendo a Twitter, la idea de este servicio la propuso Jack Dorsey. Aunque originariamente le pusieron al proyecto el nombre de Status, posteriormente probaron varios nombres hasta que llegaron al de Twttr, quizás inspirándose en Flickr (un servicio de internet de intercambio de fotografías). Dicen que el primer mensaje enviado con Twttr fue de Dorsey a las 12:50 del 21 de marzo de 2006 y decía *just setting up my twttr* (sólo ajustando mi twttr).

En julio de 2006, Jack Dorsey, Biz Stone y Evan Williams crearon la empresa Twitter, Inc., para explotar el nuevo servicio y poder conseguir

inversores. Consiguieron 35 millones de dólares procedentes de distintos inversores y el servicio se lanzó al mercado en octubre de ese mismo año. Rápidamente, empezó a ganar adeptos, pasando de 20.000 textos al día a más de 60.000. Esto le abrió las puertas para conseguir otros 20 millones de inversión antes de finales de 2007, lo que les permitió afrontar con fuerza su etapa de crecimiento.

Para los curiosos diremos que la aplicación web de Twitter está escrita en un lenguaje conocido como Ruby (de Ruby on Rails) y los mensajes son gestionados por un servidor que ejecuta un software programado en Scala, además de disponer de interfaces abiertas (API, *Application Program Interface*) para que otros desarrolladores puedan escribir aplicaciones para Twitter.

El logo de Twitter es un pequeño pájaro porque Twitter significa trino o gorjeo. El sonido que hacen los pájaros. De hecho, a los textos de Twitter se les conoce como *tweet*, que significa trinar o gorjear. Para Dorsey, este nombre es perfecto, ya que Twitter se compone de "*cortas ráfagas de información intrascendentes*", es como "*el trinar de un pájaro*".

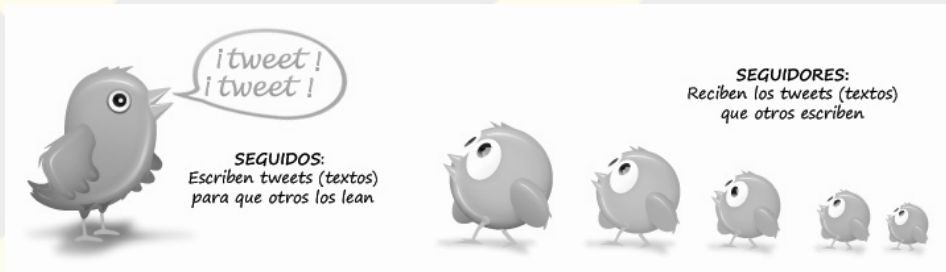


CÓMO FUNCIONA

Twitter es una red que está pensada para que sus usuarios creen contenidos de interés y los compartan. Gran parte de los usuarios que tiene actualmente Twitter se dedican a escribir textos, crear contenidos, con el objetivo de que sean seguidos por un gran número de personas. En Twitter hay políticos, cantantes, actores, deportistas, periodistas, famosos televisivos, empresas, profesionales, humoristas, graciosos, generosos, miles de personas anónimas deseosas de incrementar su red de contactos e influencias o simplemente curiosos. En Twitter existen dos tipos de roles:

- ✓ **Seguidor.** Cuando se leen los textos que escriben los demás.
- ✓ **Seguido.** Cuando se escriben los textos que otros leen.

Lo normal es que un mismo usuario haga las veces de seguidor y de seguido simultáneamente, aunque, posiblemente, no con la misma intensidad. Se puede seguir a cien personas y ser seguido por tan sólo diez. Las personas a las que seguimos no tienen por qué seguirnos a nosotros, aunque se puede dar el caso. Por tanto, aunque existe quien rara vez escribe y le gusta más leer lo que escriben los demás, también se da el caso contrario.



Por tanto, una vez que nos damos de alta en Twitter, lo primero que debemos hacer es buscar a las personas que pueden ser relevantes para nosotros y marcarlas como personas a las que seguir. Twitter cuenta con distintas herramientas para poder hacer esto. A partir de ese momento, todos los textos que escriban esas personas se irán mostrando en nuestra página de inicio. Podemos hacerle el seguimiento a una sola persona o a cientos de ellas. Igualmente, cuando lo deseemos podemos seguir a nuevas personas o dar de baja a alguna de las existentes.

Por otro lado, tarde o temprano habrá usuarios que se decidan por seguir los textos que escribimos. A partir de ese momento, empezaremos a tener seguidores y nuestros textos se mostrarán en sus pantallas de inicio.

Adicionalmente a este juego de intercambio de textos entre seguidores y seguidos, si se desea, se pueden escribir comentarios a los textos de los demás. Todos los comentarios de un texto se muestran en las páginas de todos los seguidores a continuación del mismo. Esta opción permite que se creen

conversaciones, que, por ser entre personas desconocidas, pueden aportar puntos de vista muy diversos y enriquecedores.

Para los que prefieran la privacidad, Twitter dispone de un sistema, conocido como mensajes directos, que permite el envío de un mensaje privado dirigido a un usuario concreto. Estos mensajes sólo los verá el destinatario.



PARA QUÉ SE UTILIZA

Si nunca se ha utilizado Twitter, es posible que no se termine de entender para qué vale el escribir textos que otros leen. Qué es lo que hace que la gente quiera ser seguidos por otros y seguir a otros. Por qué hay tanta gente que se une a Twitter y al poco tiempo se hace Twitter adicto. En resumen, qué es lo que hace útil a Twitter. En realidad, las razones pueden ser muy diversas y cambiantes, pero, para hacernos una idea, podemos mencionar las siguientes:

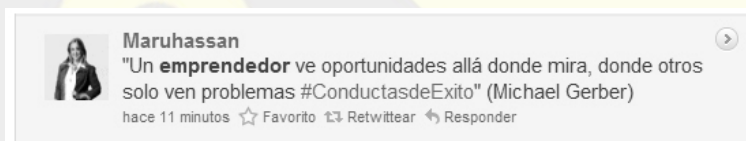
- ✓ **Curiosear.** Los *tweets* que se publican en Twitter son públicos (salvo que se especifique lo contrario), por lo que cualquiera puede verlos utilizando un navegador web. No es necesario ser usuario de Twitter para ver los *tweets* (aunque es mucho más cómodo hacerlo desde una cuenta de usuario). Por tanto, Twitter permite

que se curiosean sus contenidos de una forma abierta, lo cual suele ser una ventaja para quien publica contenidos.

- ✓ **Hacer nuevos amigos.** Algunas personas utilizan Twitter para hacer nuevos amigos o, simplemente, conocer a gente. Twitter hace muy fácil este tipo de contactos.

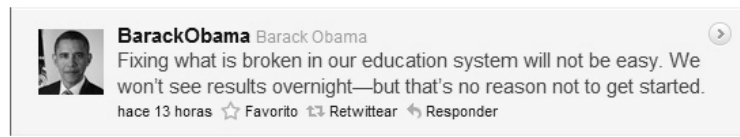


- ✓ **Mantenerse en contacto otros.** Con Twitter se puede socializar con amigos, clientes, consumidores, prescriptores, medios de comunicación o con cualquiera con quien se desee estar en contacto de forma regular. Cuando se escribe un *tweet*, éste le llega a todos los seguidores de forma instantánea, por lo que es una forma fácil de informar de lo que se hace o se piensa.
- ✓ **Conectarse con personas de ideas afines.** La mayoría de los usuarios de Twitter son personas que desean mantenerse en contacto con otras personas con las que comparten los mismos intereses, ampliando de esta forma su círculo de relación. A través de Twitter se conectan personas con todo tipo de aficiones o profesiones. Por ejemplo, hay miles de aficionados a videojuegos, pero no son menos los que comparten sus experiencias en, por ejemplo, la creación de empresas.

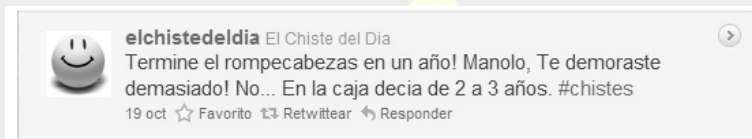


- ✓ **Activismo.** A través de Twitter es fácil reclutar gente dispuesta a dar apoyo o trabajar por una causa, sea ésta política, social o medioambiental. Por ejemplo, el 60% de las ONG de Estados Unidos están en Twitter, Barack Obama utilizó su canal de Twitter como una de las herramientas fundamentales para dar a conocer

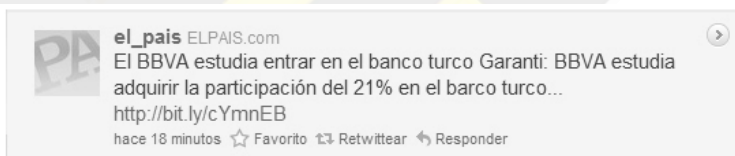
su candidatura y también hay muchos ejemplos de personas con grandes necesidades que encontraron ayuda a través de Twitter.



- ✓ **Entretenimiento.** En Twitter hay muchos contenidos con los que estar entretenidos. Se puede ver desde un canal de seguimiento de las novedades de artistas, políticos, científicos o famosos, hasta canales de noticias deportivas, de espectáculos o de viajes, pasando por canales donde gente muy divertida nos contagia su buen humor. En el caso de los famosos, para garantizar que la persona es quien dice ser, Twitter dispone de un sistema de verificación de cuenta (<http://twitter.com/help/verified>).



- ✓ **Seguimiento de noticias.** Twitter es un canal en el que rápidamente aparecen comentarios sobre cualquier tipo de noticias, pero, especialmente las de carácter tecnológico. Lo interesante es que se dispone de opiniones y comentarios ajenos a los canales oficiales. Por otro lado, algunos medios de comunicación tradicionales, como canales de televisión, emisoras de radio o periódicos, utilizan Twitter como un canal de comunicación adicional. Como Twitter se puede utilizar desde el móvil, para el usuario es una forma sencilla de mantenerse al día en tiempo real.



- ✓ **Planificar eventos.** Twitter puede ser una buena herramienta para organizar reuniones de cualquier tipo, especialmente si se trata de eventos públicos. De hecho, son muchos los eventos que utilizan Twitter como vía de comunicación principal entre organizadores, participantes y asistentes.



- ✓ **Ofrecer información de nuestra empresa.** Las empresas usan Twitter a menudo para comunicar sus noticias, nuevos desarrollos y promociones. Los *tweets* pueden utilizarse de una forma más versátil y eficiente que las notas de prensa o los blogs. A muchos consumidores les gusta seguir las noticias de las marcas para tener un contacto más cercano.
- ✓ **Marketing y desarrollo de negocios.** Twitter es una magnífica herramienta para las empresas de cualquier tamaño. De hecho, Twitter ofrece a los negocios y pequeñas empresas la oportunidad de llegar al público de una forma que difícilmente se encuentra en otro medio. A los consumidores y prescriptores les gusta conocer la cara de quién está detrás del negocio, lo que puede ayudar a construir una marca. A través de Twitter, los emprendedores encuentran un medio barato de lanzar un nuevo producto o servicio, de hacer campañas de promoción o de llevar visitas a su sitio web.



- ✓ **Seguimiento de imagen de marcas.** Twitter es un canal donde los usuarios pueden expresar rápidamente lo que piensan de un

producto o servicio. Por tanto, para una marca, es una vía interesante para conocer cómo evoluciona su imagen.

En definitiva, desde el punto de vista del consumidor de información, Twitter supone una herramienta ideal para estar en contacto con los temas que le interesan y, desde el punto de vista de los que producen la información, como no se suele disponer de mucho tiempo para desarrollar los temas en detalle, Twitter es una buena herramienta para que los deportistas, cantantes, actores, directivos de empresas, emprendedores, científicos, especialistas, gente divertida o políticos, entre otros muchos, hagan público lo que hacen o piensan.

Del mismo autor:



WI-FI. LO QUE SE NECESITA CONOCER

La tecnología Wi-Fi nos permite interconectar ordenadores y otros equipos electrónicos de forma inalámbrica. Esta interconexión se puede usar para crear una red con estos equipos o para conectarlos a internet. Al no utilizarse cables, los usuarios no sufren sus incomodidades, pudiendo situarse en cualquier lugar del área de cobertura de la red. Además, esta tecnología es un sistema rápido y cómodo que, no sólo aporta movilidad, sino que también supone flexibilidad, escalabilidad y bajo coste.

Instalar una red Wi-Fi para un par de ordenadores es sencillo y no requiere de conocimientos especiales, pero hacerlo de forma segura, realizando una configuración a medida que permita sacar el máximo provecho a sus posibilidades o conseguir crear redes extensas, interconectadas con otras redes locales, incluso muy distantes, requiere de algún conocimiento adicional, y ese es el objetivo de este libro.

224 páginas

ISBN: 978-84-937769-0-9

Apple Yahoo! Google Maps YouTube Wikipedia Noticias Populares Mejores

libros R

Inicio Catálogo Novedades Quiénes somos Distribuidores Contacto Zona de archivos Ir a tienda Boletín de Novedades

ENCUESTAS

¿Compraría libros en formato e-book?

Sí

No

VOTAR RESULTADOS

¿QUIÉN ESTÁ EN LÍNEA?

Tenemos 3 invitados conectado

MENÚ PRINCIPAL

- Inicio
- Catálogo
- Novedades
- Quiénes somos
- Distribuidores
- Contacto
- Zona de archivos
- Ir a tienda
- Boletín de Novedades

ACCESO

Nombre de usuario

Contraseña

Recordarme

INICIAR SESIÓN

¿Olvidó su contraseña?

¿Sigues pensando que los libros técnicos no son divertidos? ¿Crees que la informática no es para ti? ¿Te sientes incapaz de aprender con un libro?

Descubre lo contrario en nuestras colecciones.

Microsoft **WORD 2010**. Todo práctica
Peña, Rosario

Word 2010 es la nueva versión del procesador de textos del paquete integrado Microsoft Office, una herramienta eficaz y muy utilizada en el entorno profesional, empresarial y personal. Este libro es una auténtica guía de prácticas, una herramienta repleta de recursos y funcionalidades, donde los formatos, estilos y diseños permitirán dar un acabado idóneo a cualquier trabajo, lo que lo convierte en un elemento esencial para la elaboración de los documentos más diversos...

Precio: 19,50€
ISBN: 978-84-938312-1-9; 304 páginas.

Microsoft **EXCEL 2010**. En profundidad
Marqués, Felicidad

Microsoft Excel 2010 es la nueva versión de la hoja de cálculo del paquete integrado Microsoft Office 2010, una herramienta eficaz y muy utilizada en el entorno profesional, empresarial y personal. Este libro muestra las posibilidades de trabajo, funciones y otras componentes que aporta como valor añadido la nueva versión del programa. Se abordan la mayoría de las funcionalidades de la hoja de cálculo a través de ejercicios prácticos y aplicaciones que ilustran la utilidad de las fórmulas y funciones de Excel. Se comienza analizando las características, instalación e inicio del programa, así como la administración de libros y hojas de cálculo y la elaboración de



www.rclibros.es

Descubra las ventajas de formar parte de una editorial diferente, que le ofrece libros con valor añadido. Olvídense de todas sus ideas preconcebidas, nuestro objetivo es contribuir decididamente a que su formación académica y/o profesional sea la mejor posible.