

A blurred background image of a person's hands using a computer mouse. A vertical line of seven white circles of varying sizes is positioned on the right side of the image. A semi-transparent grey rounded rectangle is centered horizontally and vertically, containing the main title.

## Twitter como herramienta empresarial

## Objetivos

---

### □ **Objetivo general**

- Aprender a manejar la red de microblogging Twitter para lograr alcanzar los objetivos planteados por nuestra empresa.

### □ **Objetivos específicos**

- Conocer la red de microblogging más utilizada para sacarle todo el partido como herramienta de trabajo.
- Saber manejarnos en Twitter como usuarios y dominar la jerga propia de la red.
- Aprender las reglas básicas de Twitter para el éxito de nuestro perfil en Twitter.
- Analizar el éxito de Twitter como red social a través de los datos que nos ofrecen los estudios de la red social.
- Comprender los elementos de interacción entre usuarios que se produce en Twitter para poder utilizarlo como canal de comunicación.
- Adquirir los conocimientos básicos para realizar una adecuada práctica de comunicación en Twitter para su utilización como herramienta profesional.
- Conocer y manejar Twitter para lograr una comunicación eficaz con nuestros clientes.
- Comprender las reglas básicas del uso de Twitter para adquirir reputación como marca y convertirnos en prescriptores en el sector de nuestra actividad empresarial.
- Ser capaces de adaptar la imagen de Twitter a la imagen corporativa de nuestra marca, aportando una personalización apropiada a los intereses de nuestra actividad.
- Ser capaces de manejar de forma eficiente Twitter como herramienta empresarial.
- Conocer las diferentes posibilidades que nos ofrece Twitter para potenciar nuestro negocio.
- Saber optimizar el perfil de Twitter para convertirlo en una herramienta que fortalezca nuestra marca.
- Conocer las diferentes técnicas para fidelizar nuestros clientes y lograr nuevos seguidores a través de un adecuado uso de nuestra cuenta de Twitter.
- Conocer las herramientas básicas que nos ayudarán a profesionalizar el uso de Twitter al servicio de una marca.

## Contenidos

Twitter como herramienta empresarial	Tiempo estimado
<p><b>Unidad 1:</b> ¿Qué es Twitter y cómo funciona?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Qué es Twitter?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ El momento de Twitter.</li> </ul> </li> <li>• ¿Cómo funciona Twitter?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Registro.</li> <li>○ Perfil de usuario.</li> </ul> </li> <li>• ¿Cuál es el valor de Twitter?</li> <li>• ¿Cómo podemos comenzar a participar en Twitter?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Contactar con otros usuarios.</li> <li>○ Seguidores y seguidos.</li> <li>○ Limitaciones.</li> <li>○ Las listas.</li> <li>○ Comenzar a tuitear/twittear.</li> <li>○ Twitter como herramienta de información.</li> <li>○ Cuida tu lenguaje y expresión.</li> <li>○ Interacción entre usuarios.</li> <li>○ Participar y retuitear.</li> <li>○ Buenas prácticas.</li> <li>○ Tecnología móvil.</li> <li>○ Configuración de la privacidad.</li> <li>○ Verificación de la cuenta.</li> <li>○ Baja del servicio.</li> </ul> </li> <li>• ¿Cuáles son las claves del éxito de Twitter?                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ La relación con las marcas.</li> </ul> </li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 01	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 01	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>14 horas</b>
<p><b>Unidad 2:</b> Twitter al servicio de una marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La comunicación en Twitter al servicio de una marca.                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Relaciones entre usuarios.</li> <li>○ Menciones.</li> <li>○ Críticas.</li> <li>○ Trolls y usuarios influyentes.</li> <li>○ El contenido es fundamental.</li> <li>○ Usos de Twitter.</li> <li>○ Un altavoz para el debate.</li> <li>○ Comunicación vs Promoción.</li> <li>○ Estrategias para la captación de seguidores.</li> </ul> </li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tus seguidores atraen más seguidores.</li> <li>○ Saca partido a tus tuits.</li> <li>○ Herramientas.</li> <li>○ Etiquetar.</li> <li>○ Errores con etiqueta.</li> <li>○ Acciones efectivas.</li> <li>○ Captar la atención I.</li> <li>○ Difusión del mensaje.</li> <li>○ Mantener la calidad.</li> <li>○ Evita restar seguidores.</li> <li>○ Timeline atractivo.</li> <li>○ Mensajes automatizados.</li> <li>• Personaliza Twitter a imagen de tu marca.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Completar los campos de perfil.</li> <li>○ Biografía interesante y la información a un golpe de vista.</li> <li>○ Imagen o avatar representativo.</li> <li>○ Imagen de cabecera.</li> <li>○ Color de motivo.</li> <li>○ Nombre de usuario.</li> </ul> </li> <li>• Recomendaciones a seguir para aumentar tu reputación en Twitter.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reglas no escritas.</li> <li>○ Recomendaciones.</li> </ul> </li> </ul>	
<p>Cuestionario de Autoevaluación UA 02</p>	<p><b>30 minutos</b></p>
<p>Actividad de Evaluación UA 02</p>	<p><b>1 hora</b></p>
<p>Tiempo total de la unidad</p>	<p><b>20 horas</b></p>
<p><b>Unidad 3: Social Media Marketing.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Twitter como herramienta empresarial.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Twitter en el ámbito empresarial.</li> <li>○ Usos de Twitter: Parte I</li> <li>○ Usos de Twitter: Parte II.</li> <li>○ Qué aporta Twitter.</li> <li>○ Cómo logro aumentar mi número de seguidores.</li> <li>○ Twitter al servicio de una marca I.</li> <li>○ Twitter al servicio de la marca II.</li> <li>○ Twitter al servicio de una marca III</li> <li>○ Sugerencias para comenzar a participar en Twitter como marca o empresa.</li> <li>○ Otros usos de Twitter I.</li> <li>○ Otros usos de Twitter II.</li> </ul> </li> <li>• Campañas en Twitter. Casos de éxito y gestión en Twitter.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Campañas de marketing sin coste.</li> </ul> </li> <li>• La atención al cliente, un servicio que mejora con Twitter.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Las múltiples posibilidades de Twitter.</li> <li>○ Canal de comunicación abierto I.</li> </ul> </li> </ul>	

<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Canal de comunicación abierto II.</li> <li>○ Abierto 24 horas I.</li> <li>○ Abierto 24 horas II.</li> <li>○ El mimo en la atención.</li> <li>○ Errores que debemos evitar en Twitter.</li> <li>○ Ofrecer soluciones.</li> <li>○ Mejor ser proactivos que esperar la comunicación.</li> <li>○ La participación de los clientes en la atención I.</li> <li>○ La participación de los clientes en la atención II.</li> <li>• El trabajo del Community manager en Twitter. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Tareas del Community Manager en Twitter I.</li> <li>○ Tareas del Community Manager en Twitter II.</li> <li>○ Cómo debe actuar el Community Manager en Twitter.</li> </ul> </li> <li>• Herramientas para la gestión del perfil de la empresa en Twitter. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Herramientas de publicación.</li> <li>○ Herramientas para automatizar.</li> <li>○ Herramientas de seguimiento y control.</li> <li>○ Otras herramientas.</li> </ul> </li> </ul>	
Cuestionario de Autoevaluación UA 03	<b>30 minutos</b>
Actividad de Evaluación UA 03	<b>1 hora</b>
Tiempo total de la unidad	<b>25 horas</b>
Examen final	<b>1 hora</b>
<b>3 unidades</b>	<b>60 horas</b>