

# Taller de marketing y gestión de redes sociales para el turismo

Proyecto FIC “Puesta en escena de las experiencias turísticas y puesta en valor de los prestadores de servicios turísticos de la Región de Arica y Parinacota”.

Noviembre 2023



# Módulo 4: X (Twitter)





## X (Twitter)

Pese a que ha ido decreciendo en cantidad de usuarios activos, se mantiene como una red social que **permite comunicarse directamente con las audiencias**, particularmente medios y tomadores de decisiones. Ofrece **generación de engagement, mejorar la imagen y entregar información precisa y concisa**.



# X (Twitter)

## Crea tu cuenta

Si no tienes presencia en esta red social, debes ingresar [www.x.com](http://www.x.com) o [www.twitter.com](http://www.twitter.com) y seguir los pasos y agregar los datos que se indican luego de presionar el botón “crear cuenta”

× Paso 1 de 5

### Crea tu cuenta

Nombre

Correo electrónico

**Fecha de nacimiento** Tutorial

Esta información no será pública. Confirma tu propia edad, incluso si esta cuenta es para una empresa, una mascota u otra cosa.

Mes ▼ Día ▼ Año ▼

**Siguiente**

← Paso 2 de 5

### Personaliza tu experiencia

**Mantén un registro de dónde ves contenido de X en la web**

X usa estos datos para personalizar tu experiencia. Este historial de navegación web nunca se almacenará con tu nombre, correo electrónico ni número de teléfono.

Al registrarte, aceptas nuestros [Términos](#), nuestra [Política de privacidad](#) y el [Uso de cookies](#). X podrá usar tu información de contacto, como tu dirección de correo electrónico y número de teléfono, con los fines descritos en nuestra [Política de privacidad](#). [Más información](#)

**Siguiente**

← Paso 3 de 5

### Crea tu cuenta

Nombre

prueba taller

Correo electrónico

renatta.titerman@brechadigital.cl

Al registrarte, aceptas los [Términos de servicio](#) y la [Política de privacidad](#), incluida la [Política de uso de cookies](#). Twitter puede usar tu información de contacto, como tu dirección de correo electrónico y tu número de teléfono, con los fines descritos en nuestra [Política de privacidad](#), por ejemplo, mantener tu cuenta segura y personalizar nuestros servicios, incluidos los anuncios. [Más información](#). Otras personas podrán encontrarte por tu correo electrónico o número de teléfono, si los proporcionaste, a menos que elijas otra opción [aquí](#).

**Registrarse**





## Crea tu cuenta

← Paso 4 de 5

### Te enviamos un código

Introdúcelo abajo para verificar  
renatta.titerman@brechadigital.cl.

Código de verificación  
140740

[¿No recibiste el correo electrónico?](#)

Siguiente

Paso 5 de 5

### Necesitarás una contraseña

Asegúrate de que tenga 8 caracteres o más.

Contraseña



Siguiente



### Elige una imagen de perfil

¿Tienes una selfie favorita? Súbela ahora.



Descartar por ahora



# X (Twitter)

Crea tu cuenta

X

## ¿Cómo te llamas?

Tu @usuario es único. Puedes cambiarlo cuando quieras.

Nombre de usuario  
@ PruebaTaller13

@tall22855, @PruebaTaller

Mostrar más

Siguiente

X

## ¿Qué quieres ver en X?

Selecciona al menos 3 intereses para personalizar tu experiencia en X. Serán visibles en tu perfil.

Música	Entretenimiento	Deportes
Moda & belleza	Arte & cultura	Comida

0 de 3 seleccionados

Siguiente

X

## No te lo pierdas

Cuando sigas a alguien, verás sus Tweets en tu cronología. También obtendrás recomendaciones más relevantes.

### Sigue a 1 o más cuentas

 **Meganoticias** ✓  
@meganoticiascl **Seguir**  
Mantente informado al instante en [Meganoticias.cl](#) ¿Tienes alguna denuncia? Escríbenos al +56958300316 📞

 **BioBioChile** ✓  
@biobio **Seguir**  
Somos la red de prensa más grande del país. Wsp: 📞Valparaíso: +56322357700 📞Santiago:

Siguiente



# X (Twitter)

¡Ya tienes tu cuenta creada! Tu inicio se verá así:



# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



- 1 Tu **@nombredeusuario** es tu identificación exclusiva en Twitter. Puede contener hasta 15 caracteres y debería ayudar a la gente a encontrarte. Tu nombre aparece encima de tu nombre de usuario. Pueden ser iguales, pero no es necesario que lo sean.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



2

### Biografía

Dispones de 160 caracteres para decirle a la gente por qué tu empresa es especial y por qué deberían seguirte. Incluye información útil, como una descripción de la empresa, horarios de atención y un vínculo a tu sitio web.



# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



- 3 **Localización**  
Comunica dónde pueden encontrarte.



# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



4

### Foto de perfil

Puedes utilizar el logo de tu marca o empresa, para que los usuarios puedan identificarte.

No es solo una imagen más, **será el ícono asociado a cada tweet que publiques.**

Dimensiones recomendadas: 400 x 400 píxeles.



# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



5

### Imagen de encabezado

Considérala un cartel que hable de tu marca. Puedes utilizar fotos de interés de tu comunidad. Cambia esta imagen periódicamente para llamar la atención de los usuarios.

Dimensiones recomendadas: 1500 x 500 píxeles.



# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



- 6 **Tweet fijado**  
Elemento para captar la atención de tus seguidores, como las novedades más recientes e importantes.

Para fijar un tweet, haz clic en la flecha hacia abajo que está en la esquina superior derecha del tweet y selecciona “fijar en tu perfil”.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



### Tweet

1 Es un mensaje que puede incluir texto, fotos, vínculos y videos.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



- 2 Responder**  
Haz clic aquí para responder cualquier tweet.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X

1  X  @X · 12h ...

birth  
posting bangers that receive 10 likes  
death

 2 mil  1 mil  10 mil  1 M  

2 3 4 5 6 7

### 3 Retweet

Es un tweet de otra persona que decides compartir con tus seguidores. Haz clic en reportear si quieres compartirlo tal cual se publicó, o usa la función de citar un tweet si quieres agregar un comentarios propio.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



- 4 Me gusta**  
Es una forma sencilla de indicar que has visto y te ha gustado un tweet.



# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X

1  X  @X · 12h ...

birth  
posting bangers that receive 10 likes  
death

 2 mil  1 mil  10 mil  1 M  

2 3 4 5 6 7

- 5 **Reproducciones o visualizaciones**  
Es la cantidad de veces que un post ha sido visto.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X



6

### Guardar

Presiona este botón para guardar el tweet y poder verlo más tarde. Para acceder a él nuevamente pulsa elementos guardados en el menú de la izquierda.

# X (Twitter)

## Descripción general de un perfil en X

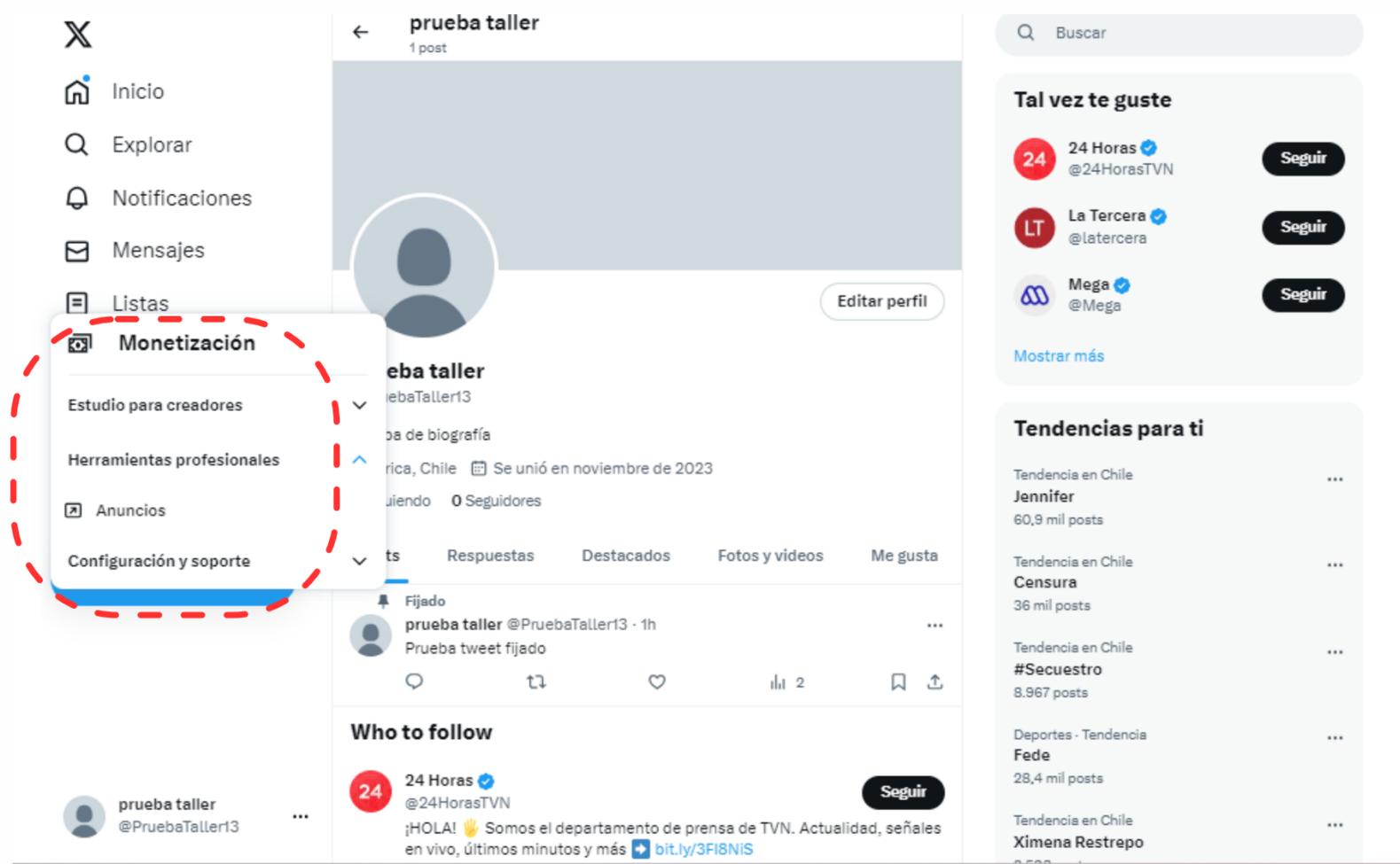


- 7 **Compartir**  
Opción de copiar vínculo, compartir en otras plataformas (como Whatsapp) o enviar por mensaje directo.

# X (Twitter)

## Campañas publicitarias

Crea campañas publicitarias y anuncios ingresando a la plataforma Twitter Ads, seleccionando “más opciones” en el menú de la izquierda, luego herramientas profesionales y anuncios.



Solo las cuentas verificadas a través de un pago mensual o anual pueden ejecutar anuncios en Twitter.

El pago mensual es de \$9.750 y anual \$101.985

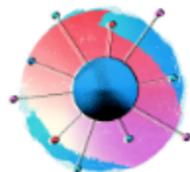


# X (Twitter)

## Campañas publicitarias

En la interfaz siguiente deberás elegir tu país y zona horaria. Luego, selecciona el objetivo de tu campaña.

### ¿Cuál es su objetivo?



#### Alcance

Conseguir más visualizaciones de mi anuncio.



#### Interacciones

Conseguir más Me gusta, Retweets, respuestas y clics en el enlace.



#### Tráfico en el sitio web

Conseguir que mi sitio web tenga más visitas.



#### Palabras claves

Llegue a los usuarios con un alto nivel de intención

BETA



# X (Twitter)

## Campañas publicitarias

Escribe el texto del tweet que quieres promocionar y el archivo multimedia que vas a compartir junto al mensaje.

1 Elegir objetivo    **2 Crear anuncio**    3 Personalizar publicación

### Crear un anuncio de alcance

Texto del anuncio (obligatorio)

¿Que está pasando?

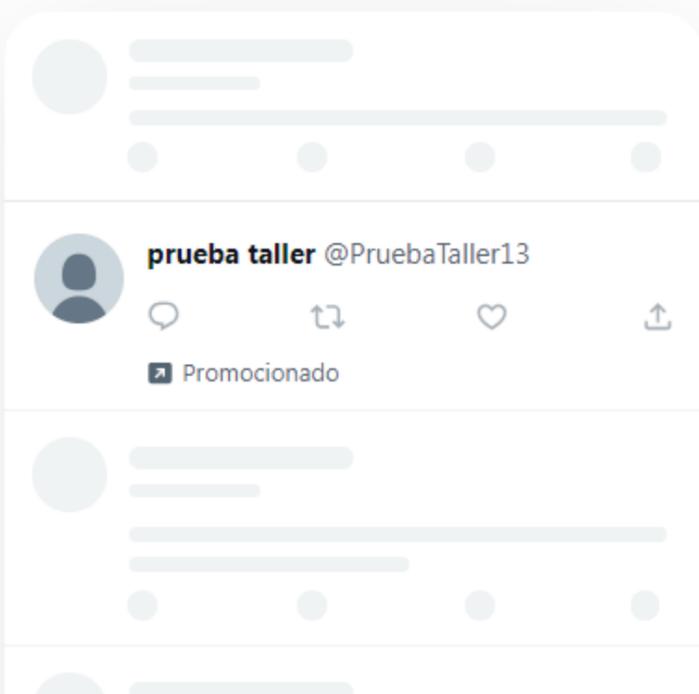
@ Solo las personas que menciona ⓘ

Multimedia

Agregar contenido multimedia

**NOTA** Publicar este anuncio creará un Tweet exclusivo para promoción. Obtenga más información sobre

Vista previa    Cronología ▾





## X (Twitter)

### Campañas publicitarias

El el paso siguiente deberás:

- Definir **características demográficas** de tu público de interés, como género, rango etario y ubicación geográfica.
- Funciones de **segmentación**: palabras clave, sistema operativo que utiliza, intereses e idioma.
- **Presupuesto**, fecha de inicio y término.
- **Forma de pago**: agregar tarjeta de crédito.

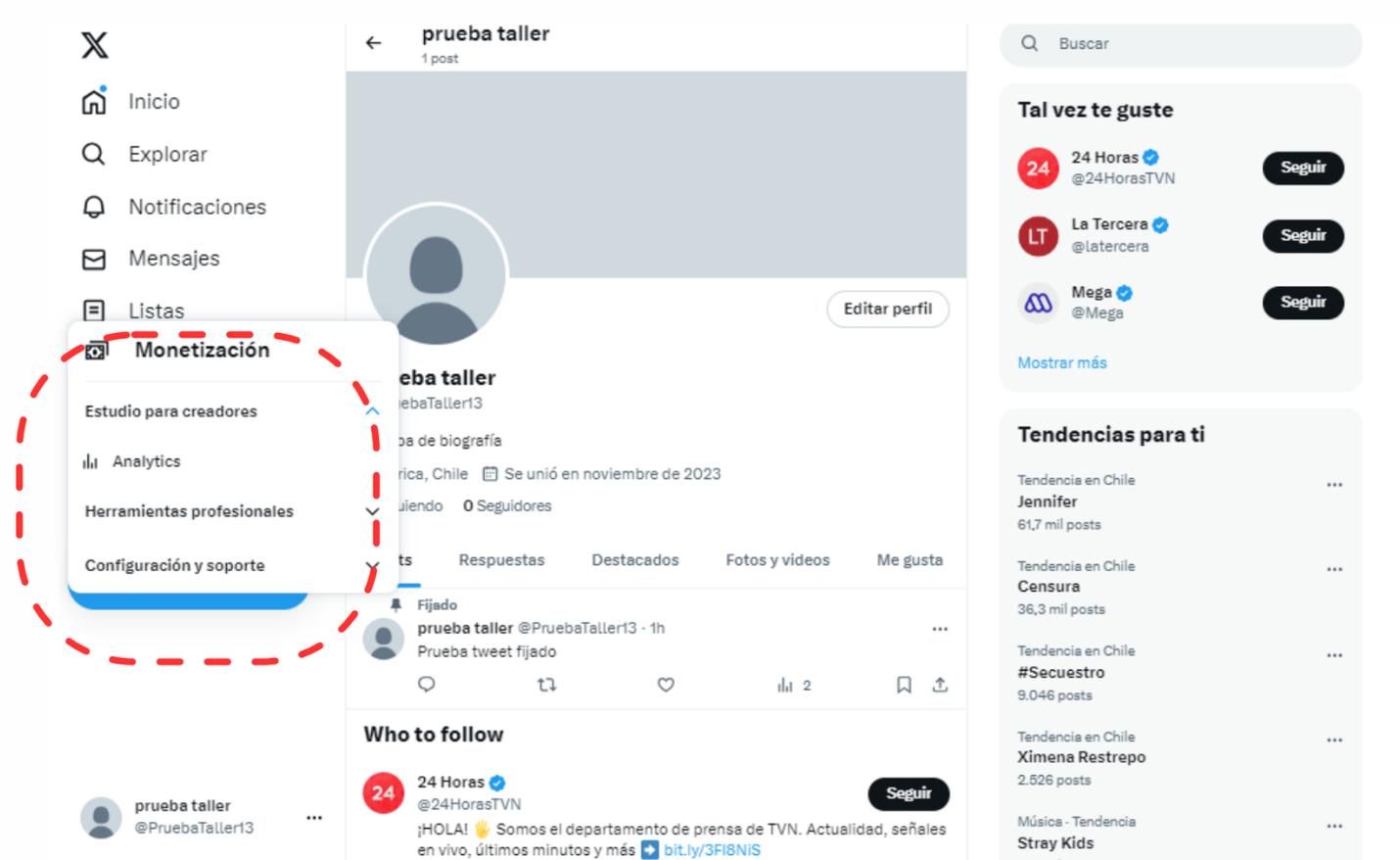


# X (Twitter)

## Estadísticas

Al igual que en las otras redes sociales, las estadísticas son **fundamentales para analizar la reacción de las audiencias a nuestros contenidos.**

Puedes acceder a ellas en el menú de la izquierda, “más opciones”, luego “estudio para creadores” y “analytics”.



# X (Twitter)

## Estadísticas

El inicio de la sección estadísticas muestra un resumen del rendimiento de los tweets de acuerdo al período que se selecciona en la esquina superior derecha.



## X (Twitter)

### Estadísticas

Más abajo, podrás ver el rendimiento de cada uno de los tweets. Estadísticas relevantes:

- **Impresiones:** cantidad de veces que un tweet fue visto.
- **Interacciones:** Número total de veces que los usuarios interactuaron con un tweet. Incluye los clics (en etiquetas, vínculos, avatar, nombre de usuario, entre otros), retweets, respuestas, guardados y me gusta.
- **Tasa de interacción:** impresiones dividido por el número de interacciones.



## X (Twitter)

### Buenas prácticas y recomendaciones

- **Muestra tu producto o servicio** a través de imágenes en buena calidad y mensajes precisos, que expliquen lo que haces.
- **Interactúa** con otras cuentas. Por ejemplo, etiqueta a otras marcas con las que trabajes para ampliar la llegada a sus audiencias.
- Comparte **reseñas** de personas sobre tu empresa, genera confianza.
- Incentiva la **conversación**, realiza preguntas o llamados a la acción que fomenten la interacción con tus contenidos.
- Utiliza los **#hashtags o tendencias** para ser parte de las conversaciones masivas.



# Taller de marketing y gestión de redes sociales para el turismo

Proyecto FIC “Puesta en escena de las experiencias turísticas y puesta en valor de los prestadores de servicios turísticos de la Región de Arica y Parinacota”.

Noviembre 2023

