

# Twitter Card : Definición / Instalación / Métrica



Siguiendo mi camino en el **Marketing Digital**, me encontré con el tema de la “**Twitter card**” o tarjeta twitter; escuchando, leyendo por allí, por allá los beneficios de esta novedad. Decidí probarla y detallar en este post **¿Qué es?**, **¿Cómo instalarla?** y **¿Cómo medirla?**

## ¿Qué es?

Básicamente, la Twitter card, permite **sobrepasar los 140 caracteres** aceptados por Twitter, además de añadir **contenido audio-visual**. Es decir que podemos dar una vista previa de un **post, producto, servicio**, incluyendo en el **twit: título, enlace y foto o vídeo**. Todo ello, **de forma gratuita**. Suena interesante, sobretodo sabiendo que los usuarios **le dan clic más voluntariamente / espontáneamente a contenidos con fotos o videos**.

## ¿Cómo se instala?

Dado que estoy en [WordPress.org](http://WordPress.org), indicaré los pasos a seguir desde allí : es muy sencillo (si es que quisieran hacerlo desde **otro gestor de contenido**, no duden en señalármelo, seguro que encuentro la forma para instalarla).

Empezamos conectándonos a la parte administración de nuestro Blog : [www.tudominio.com/wp-admin/](http://www.tudominio.com/wp-admin/). Después, en la barra lateral izquierda, damos clic a “**Plugins**” y clic a “**Añadir nuevo (plugin)**“. En buscar plugin, ponemos “**JM Twitter Cards**” que ha sido probado y esta al día con las versiones actuales de WordPress.org. Además es bastante **intuitivo** para los **principiantes** y al mismo tiempo ofrece la posibilidad de una configuración técnica, para los más **experimentados**. Una vez instalado, le damos a “**Activar**” en la lista de plugin.

Antes de configurar, cabe señalar los 7 tipos de twitter card:

1. “**Summary Card**” / **Tarjeta Resumen**: es la tarjeta por defecto, incluye un título, una descripción, una foto y la cuenta twitter (existe en plugin JM Twitter cards).



2. “**Summary Card with Large Image**” / **Tarjeta resumen con foto amplia**: similar a la tarjeta resumen, pero con una amplia foto destacada (existe en plugin JM Twitter cards).



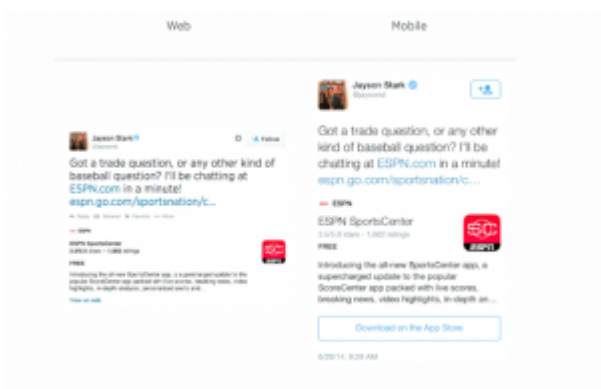
3. **“Photo Card” / Foto Tarjeta:** sólo tiene una foto (existe en plugin JM Twitter cards).



4. **“Gallery Card” / Tarjeta Galería:** la tarjeta destaca una colección de 4 fotos.



5. **“App Card” / Tarjeta Aplicación móvil:** para detallar una aplicación móvil con la **posibilidad de descarga automática** (existe en plugin JM Twitter cards).



6. **“Player Card” / Tarjeta Vídeo :** los vídeos tienen un lugar

especial en **twitter**, gracias a esta tarjeta. Implementando unos cuantos “**meta tags**” / **etiquetas HTML** a tu sitio web y siguiendo los códigos de twitter, puedes mostrar tus vídeos a los usuarios del mundo.

<https://dev.twitter.com/cards/types/player>



7. “**Product Card**” / **Tarjeta producto**: para optimizar la información sobre un producto determinado.



**iOJO!** hay que darle clic a “**Ver Resumen**” debajo de la twitter card para ver los formatos arriba mencionados, **no se muestra así automáticamente**. Se muestra así en el muro:

A. Twitter card (ej. con tarjeta resumen con foto amplia):



B. Twitter card una vez le hemos dado clic a “Ver Resumen” :



Si lo quieres **expandido automáticamente**, entonces o se adjunta la foto directamente al tweet, pero no se puede medir el impacto del tweet con la **herramienta “Analytics”** de **twitter**; o se recurre a la **versión de pago** de Twitter : [Anuncios Twitter](#).

A modo de nota, comunicar que en Estados Unidos, el [Social examiner](#) nos indica que twitter ofrece 2 formatos adicionales, como son:

8. **“The Lead Generation Card” / La tarjeta de generación de leads** : facilita la generación de leads porque los usuarios pueden pulsar un botón y **compartir la dirección de correo electrónico** asociada con su cuenta de Twitter, con la **empresa anunciante**.

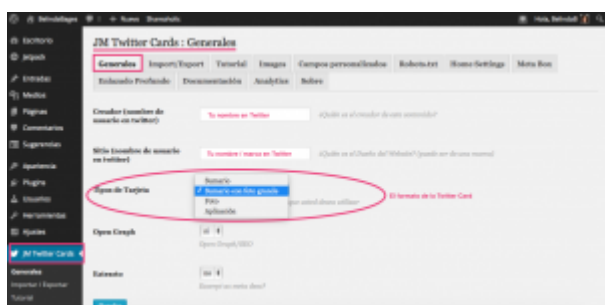


9. **“The Website Card” / Tarjeta sitio web** : se asemeja a la

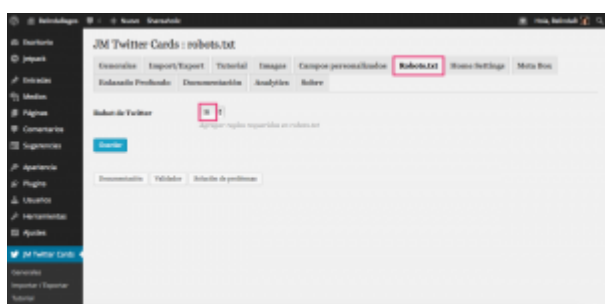
tarjeta resumen con amplia foto, incluyendo además un **“call to action” / llamada a la acción**. Útil a la hora de promocionar tu web porque ofrece una vista previa de ello y gracias al botón **“call to action”**, el usuario va directamente a la web del anunciante.



Ahora, todos los tipos de tarjeta twitter quedan especificados, entonces pasamos a configurar el plugin JM Twitter Cards:

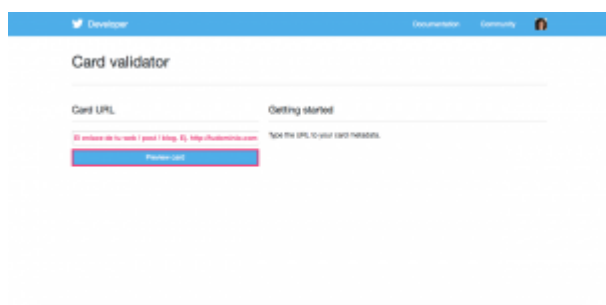


Notamos que de los 7 formatos, sólo 4 son disponibles en este plugin, para configurar los 3 restantes, se puede acudir a los meta-tags, proveídos por [Twitter Developers](#) / Desarrolladores de Twitter. También es importante ir a la pestaña **“Robots txt”** y seleccionamos el **“Si”** para que la conexión entre la twitter card y nuestro blog se haga correctamente.

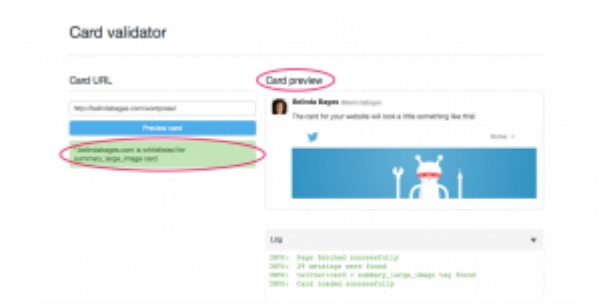


Finalmente vamos a la página **“Home Settings”** para dar una

descripción del contenido y le damos clic al botón **“Validador”** para acabar de confirmar la configuración de nuestra twitter card con twitter. Rellenemos con la **URL** de nuestra **web** y le damos clic al botón **“Preview Card”**



Entonces, si todo está correcto, nos pone como **“whitelisted”** / lista blanca.



También recibimos un **e-mail** de twitter para avisar de que la twitter card está correctamente configurada.



¡Listo!, ya tenemos nuestra Twitter Card.

### ¿Cómo se mide?

Lo bueno de esta tarjeta twitter, es que nos proporciona medidas sobre : **tweets, impresiones, clics en tweets, clics en URL, Retweets e Instalaciones**. Tenemos todas estas estadísticas para cada tarjeta que twitteamos en twitter.

Estos datos permiten afinar nuestra estrategia digital, conociendo mejor los intereses de nuestros **followers** y lo que les motiva a hacer clic o no.

Para verlos, vamos a nuestra cuenta twitter, debajo de **nuestro perfil**, encontramos una sub-parte **“Anuncios de twitter”**. Luego, vamos al botón **“Analytics”** y le damos clic a **“Tarjeta Twitter”**.



Seguimos bajando y obtenemos la parte **cambios cronológicos**, con los pics de tweets y las fechas de publicaciones de las twitter cards.



Después tenemos las **estadísticas de los tweets en función del formato de tarjeta twitter** y con la posibilidad de cambiar tipo de tarjeta.



Finalmente y de manera resumida diré que twitter proporciona



estadísticas sobre : enlaces que más clics consiguieron, influenciadores o followers que más promoción nos generan, twits y fuentes que más favorecen la difusión de nuestro contenido.

---

# Marketing Online Y Generación De Leads



## Leads

Ante todo: ¿Qué es un “Lead” ? se trata de un usuario o una empresa que ha hecho clic en el anuncio, el banner, o que ha rellenado el formulario de dicho anunciante dando su autorización para recibir información. Los leads son importantes dado que un porcentaje de ellos se convertirá en compradores. Este término se utiliza tanto en el “Business to Customer”, B2C (de empresa a particular), como en el “**Business to Business**”, B2B (de empresa a empresa).

## Generación de Leads

¿Cómo captar estos leads B2B? Se suele recurrir a: [Email marketing](#), [anuncios en páginas de internet o en buscadores](#),

[marketing de afiliación](#), blogs o redes sociales. Cabe indicar que todos estos medios llegan a millones de usuarios y multiplican la comunicación de manera exponencial tanto en lo positivo, como en lo negativo. Por lo que una campaña de generación de leads llevada en manos expertas tiene todas las posibilidades de conseguir e incluso superar los resultados fijados. Y viceversa, si esta estrategia no está del todo bajo control, las repercusiones serán contraproducentes. El target tiene que estar muy precisamente definido así como el perfil del comprador del servicio o producto promocionado, luego se descartan desde el primer momento a las personas cuya demanda no corresponde con la proposición de la empresa anunciante. Por consiguiente, no recibirán comunicaciones inadecuadas, no señalarán al anunciante como “spam”, ni tampoco tendrá oportunidad de hablar mal de la empresa a sus contactos; la estrategia no se encontrará entorpecida por una mala segmentación de la base de datos y llegará al éxito.

## **DRV Sistemas**

La empresa DRV Sistemas consigue [captar Leads comerciales para empresas B2B](#) de manera efectiva a través de su experiencia demostrada en el **Marketing Online** a través de casos de éxito en asignaturas como: **Outsourcing SEO, SEM, Marketing social y Telemarketing**.

En este caso, veremos, de manera resumida, que [DRV Sistemas](#) genera leads utilizando como herramienta el Telemarketing aplicando el proceso siguiente:

1. Definir target objetivo y estrategia de ejecución de campaña
2. Presentación de la empresa, prospección y propuesta comercial
3. Estudio, seguimiento y consecución de objetivos para concertar visita comercial, convocatoria a evento, registro Web, ..., etc.
4. Estudio y presentación de resultados

## Contacta, iDRV Sistemas te llama!

Nombre / Empresa(requerido)

Teléfono(requerido)

Correo electrónico(requerido)

Comentario

He leído y acepto la política de privacidad y protección de datos(requerido)

Enviar

### [Política de privacidad y protección de datos](#)

DRV Sistemas garantiza la confidencialidad de los datos facilitados, que únicamente serán utilizados para las relaciones entre el usuario y empresa, de acuerdo con la Ley Orgánica para la Protección de Datos de Carácter Personal.

---

## Acerca de Mi



Bienvenid@s...

Después de reflexionar, creo que es buena idea presentarnos quién soy y por qué este Blog.

Allá vamos: tengo unos **10 años** de experiencia laboral en contextos diferentes: una **agencia de publicidad**, un **negocio propio** en hostelería, un **portal internet**, y programando el próximo reto profesional impaciente. Efectivamente, creo que se aprende en la **diferencia**, en la **acción** y **probando** las oportunidades que la vida nos ofrece.

Antes de entrar en el mundo empresarial, mi formación estudiantil se desarrolló en el **Management Europeo**,

**Especialización Marketing.** ¿Por qué estos estudios? Uno: porque tengo afición por los viajes y Segundo: porque me apasiona el Marketing y más precisamente el Marketing de comunicación en el cual destaco **La Publicidad convencional y digital**

**Efectivamente,** pertenezco a la **generación** en la que los papas nos ponían delante de la **tele** para que no estorbáramos; así que llevo toda mi vida analizando los anuncios tanto de **España**, como de **Francia** (por mi **doble cultura**) y de los demás países cuando surge la oportunidad de viajar... si, si, si veo la telé después de visitar museos, plazas y conocer cultura del país en cuestión. Siempre busco un instante para ver cómo producen, realizan, conciben los anuncios en otros países. Existen marcas, agencias de publicidad, que, para mí, son **Artistas** por esta **capacidad creativa deslumbrante.**

Según lo anteriormente dicho hablaré de Marketing, Publicidad Creativa y también del mundo 2.0. Por qué soy una forofa del Marketing y vivo curioseando en este mundo: la tendencia va claramente al mundo digital.

Allí me tienen señores, la autora de este Blog se desveló... Espero hayan sentido intereses comunes para que podamos ir conociéndonos, comunicándonos y debatir juntos.