

Cómo una empresa B2B puede aprovechar todo el potencial de Twitter en su Marketing



Post exclusivo del colaborador del blog Juan Merodio – [@juanmerodio](#)

Cuando hablamos de **redes sociales** en la mayoría de los casos se habla de estrategias enfocadas a consumidor final (B2C), pasando muchas veces por alto el **gran potencial de usarlas en empresas con un modelo de negocio B2B**, donde no olvides que al final aunque el negocio se realice entre empresas, es una persona quien toma la decisión de compra.

Hoy quiero centrarme en **cómo una empresa B2B puede usar la red Twitter para potenciar sus estrategias de Marketing**. En primer lugar es importante obviamente tener un perfil cuidado a nivel de imagen y contenidos, y para ello debes tener previamente creada una estrategia de marketing de contenidos que te permita usar Twitter como viralizador del mensaje hacia tus potenciales clientes.

Es importante no caer en el típico error de usar la cuenta corporativa de Twitter para mensajes puramente corporativos, ofertas, promociones... debes pensar que esta cuenta es para tus clientes, por lo que debes compartir contenidos no comerciales en su mayoría que les aporten un valor en la empresa.

La clave del uso del contenido y Twitter, es trazar una estrategia que te ayude a generar leads de calidad (datos de potenciales clientes) que te permitan en el corto, medio y largo plazo convertirlos en clientes.

Para realizar esto puedes por un lado apoyarte en el formato publicitario de Twitter llamado **“Clientes potenciales de Twitter”** que te ayudará a generar leads de usuarios que potencialmente estén interesados en tu producto.



Un anuncio de Twitter que muestra un ícono de correo electrónico a la izquierda. El texto principal dice: "Clientes potenciales en Twitter" y "Recopile los correos electrónicos de las personas que expresan interés en su empresa". A la derecha hay un botón rectangular con el texto "Seleccionar".

Para ello, una táctica interesante es crear un **ebook gratuito con contenidos de alto valor para tus potenciales clientes**, y vincular la descarga del ebook mediante los anuncios a que te dejen tus datos. Una vez lo hayan hecho puedes meter a esos potenciales clientes en el ciclo de ventas que tengas definido.

Otro uso muy interesante en términos de endomarketing (marketing interno), es **fomentar el uso de Twitter entre los empleados para alinearlos con la estrategia global de la empresa en el uso de las redes sociales**.

A continuación os dejo una sesión (en inglés) muy interesante acerca de cómo usar Twitter internamente en la empresa para empoderar a los empleados y trabajar la marca.



¿Qué otras estrategias interesantes encuentra en el uso de Twitter en empresas B2B?

<https://www.youtube.com/watch?v=pmkZj86z-X0>