

10 nuevas y sorprendentes estadísticas de Twitter para ayudarte a conseguir más seguidores

Dado que las redes sociales cambian con tanta frecuencia. Puede ser muy difícil mantenerse al día con las estadísticas y tendencias que afectan su uso. Muy a menudo olvido los hechos que he leído, o uso Twitter en función de estadísticas que ahora están desactualizadas.

De hecho, cuando miré recientemente algunas de las últimas estadísticas de redes sociales, me di cuenta de que el grupo demográfico de más rápido crecimiento en Twitter es el grupo de edad de 55 a 64 años. Y eso es solo la punta del iceberg en términos de lo que ha cambiado.

En caso de que esté en el mismo barco que yo, recopilé algunas estadísticas de Twitter realmente interesantes que pueden ayudarte a mejorar la forma en que llega a sus seguidores. Especialmente cuando se trata de prepararse para las nuevas redes sociales para empresas, estar al tanto de las últimas estadísticas es más valioso que nunca.

1. La participación de las marcas en Twitter es un 17 por ciento más alta los fines de semana.

Supongo que no mucha gente sabe sobre este, porque solo el 19 por ciento de las marcas tuitea los fines de semana. Si estás tratando de alentar a tus seguidores a que interactúen contigo en Twitter, pero no quieres trabajar durante el fin de semana, puedes usar Buffer para programar el envío de tweets mientras duermes.

El científico de las redes sociales Dan Zarrella también descubrió en uno de sus experimentos de Twitter que las tasas de clics eran más altas los viernes, sábados y domingos.

2. Los tweets con enlaces de imagen obtienen 2 veces la tasa de participación de los que no los tienen.

Al igual que en Facebook, las fotos son más atractivas para los usuarios de Twitter.

¿Sabía que puede almacenar imágenes en búfer directamente desde la web? Nuestra extensión de Chrome le permite hacer clic derecho en una imagen y colocarla directamente en su cuenta de Buffer como una publicación de imagen:

3. Los tweets con menos de 100 caracteres obtienen un 17 por ciento más de participación.

Esta es otra estadística similar para Facebook.

Las publicaciones más cortas tienden a generar más participación en ambas plataformas.

Si está publicando tweets con enlaces, la investigación de Dan Zarrella muestra que de 120 a 130 caracteres serán su punto óptimo .

4. El grupo demográfico de más rápido crecimiento en Twitter es el de 55 a 64 años.

Si está buscando aumentar su audiencia, es posible que desee buscar nuevos usuarios de Twitter, que son más probablemente en los grupos de mayor edad . A medida que crece la base de usuarios de Twitter, tendrá una variedad más amplia de usuarios a los que dirigirse, suponiendo que todos sean parte de su mercado.

Esto se superpone en gran medida con las estadísticas generales de las redes sociales , las redes sociales definitivamente están abriéndose camino hacia la edad demográfica.

5. Los tweets con hashtags obtienen dos veces más participación.

Habiendo dicho eso, mantenga los hashtags al mínimo. Uno o dos te atraparán

21 por ciento más participación

que si agrega tres o más. Esto podría deberse a que los hashtags a menudo conectan un tweet con un tema en particular o un chat de Twitter que otros están siguiendo o en los que están interesados. Tenga en cuenta los hashtags apropiados al publicar, especialmente si la participación es algo que busca mejorar.

Es especialmente interesante observar la historia del hashtag de Twitter . Como resultado, no sorprende el aumento del poder del hashtag .

6. El 66 por ciento de los tweets generados por usuarios que mencionan marcas provienen de usuarios móviles.

Hay algunas cosas que se deben tener en cuenta al orientar usuarios móviles

. Asegurarse de vincular a sitios optimizados para dispositivos móviles es un buen comienzo. Vincular a los nombres de usuario de Twitter de las personas que menciona y agregar hashtags también puede ser útil para los usuarios de dispositivos móviles, que pueden querer obtener más información sin abrir nuevas ventanas del navegador o buscar en su cliente de Twitter.

Por lo tanto, estar equipado con una excelente herramienta de publicación en redes sociales para dispositivos móviles es ahora más importante que nunca. Será interesante cómo el cambio a los dispositivos móviles se hará aún más obvio en los próximos meses y años.

7. Los usuarios de Twitter que utilizan principalmente un dispositivo móvil tienen un 181 por ciento más de probabilidades de estar en Twitter durante sus desplazamientos.

Cuando tuitees, piensa en dónde está tu audiencia y qué podrían estar haciendo. Si es temprano en la mañana, es posible que estén viajando a la

oficina; en realidad, este es un buen momento para buscarlos, ya que probablemente estén aburridos y busquen algo interesante para ocuparlos durante este tiempo.

Estos usuarios también tienen un 119 por ciento más de probabilidades de usar Twitter durante el trabajo o el horario escolar, por lo que no descarte estos momentos como no buenos para twittear, al menos hasta que los pruebe. La hora de la cena, por otro lado, probablemente no sea el mejor momento para atrapar a tus seguidores, como puedes ver en la imagen de abajo.

La integración de Buffer con Followerwonk puede ser útil aquí, ya que lo ayuda a determinar cuándo es más probable que sus seguidores estén en línea y configura su horario de Buffer para que coincida con estos horarios.

Aquí también hay más información sobre cómo aprovechar Twitter al máximo en tu teléfono móvil

8. Los amplificadores tienen un 122 por ciento más de probabilidades de enviar mensajes directos.

Un estudio de la propia Twitter descubrió que los amplificadores, es decir, los usuarios que tienen más probabilidades de retuitear que otros, amplificando así el contenido, también tienen más probabilidades de enviar mensajes directos. Además, el 90 por ciento de ellos tuitea sobre programas de televisión. Esto apunta al hecho importante de que estos usuarios ven a Twitter como una forma de comunicarse con amigos cercanos o familiares —de ahí el uso de la opción privada de mensajes directos— y para hablar sobre sus hábitos y actividades diarias, como ver televisión.

Especialmente con los cambios recientes que se están realizando en los DM, parece que habrá mucho más para los especialistas en marketing.

9. Tus tweets tienen 12 veces más posibilidades de ser retuiteados si lo pides, y 23 veces más si deletreas la palabra "retweet".

Este es realmente interesante. Había escuchado antes que pedir un retweet es la mejor manera de conseguirlo, pero de hecho, deletrear la

palabra "retweet" en lugar de usar la abreviatura "RT" da una probabilidad mucho mayor de ser retuiteado - 23 veces más que el promedio! Eso tampoco es difícil de implementar.

10. Los tweets que incluyen enlaces tienen un 86 por ciento más de probabilidades de ser retuiteados.

Como fotos, enlaces atraer a los usuarios de Twitter.

. Sin embargo, es más probable que los enlaces aumenten la cantidad de retweets que la tasa de participación. Es útil tener esto en cuenta, ya que es posible que desee ampliar su alcance (obtener más retweets) en lugar de involucrar a sus seguidores actuales (aumentar el compromiso con las fotos).

Conclusión: ¿hacia dónde ir desde aquí?

Los últimos cambios en las estadísticas de Twitter sugieren un cambio claro en lo que se avecina para el futuro de Twitter.

A dónde ir desde aquí, es la siguiente pregunta obvia. Para aprovechar el poder de los nuevos cambios de Twitter, es posible que desee echar un vistazo a " Una guía científica para publicar tweets, publicaciones de Facebook, correos electrónicos y publicaciones de blogs en el mejor momento ", que es un gran recurso para sacar más provecho de Twitter. Para los usuarios de Twitter más avanzados, la guía " Una guía científica para escribir grandes titulares en Twitter, Facebook y su blog " también podría ser un buen lugar para comenzar.