

Paso 2:

Consideración

Genera confianza con los clientes que consideran tu marca

Una vez que tu audiencia conozca tu marca, podrás incentivar su avance en el embudo de ventas hacia la consideración. Esta es una fase para ganarse la confianza, por lo cual necesitarás seguir el ritmo de los deseos, las necesidades y los valores de tu cliente ideal.

Conoce a tu audiencia: dirígete directamente a ella y a sus intereses.

Campañas de Twitter Ads para la etapa de Consideración de tu embudo de ventas:

Reproducciones de video

Los videos en Twitter hacen que tu mensaje sea memorable, se pueda compartir y valga la pena volver a reproducirlo. Además, generan las cifras más altas de recuerdo del anuncio y de conexión emocional de todas las plataformas digitales.

Reproducciones de videos pre-roll

Aumenta la relevancia de la marca y alíneala con los puntos de interés de los consumidores publicando anuncios pre-roll segmentados antes de los videos que miran tus clientes.

Interacciones

Las campañas de interacciones consiguen que más personas interactúen con tus Tweets.

La identificación cultural de una marca representa un 25 % de la decisión de compra del consumidor

MAGNA & Twitter: "The Impact of Culture", EE. UU., 2019

Inspiración para Tweets

VacationRenter genera entusiasmo y aumenta la consideración con textos ingeniosos y atractivos en sus Tweets.



Consejos de expertos:

Experimenta con una campaña de video

Los Tweets con video generan un nivel de interacción 10 veces más alto que los Tweets sin video.

Datos internos de Twitter: basados en un análisis de 3,7 millones de cuentas

Destaca la marca

Mostrar tu marca durante más de la mitad del video puede llevar a un incremento de un 25 % en el recuerdo inducido de la marca y a un aumento de un 21 % en el recuerdo del mensaje.

GroupM + Twitter, MetrixLab, Optimización de videos, octubre de 2019, EE. UU.

Incorpora una estrategia sin sonido

Usar subtítulos garantiza que tu mensaje se entregue a los usuarios de dispositivos móviles que están en movimiento, y puede llevar a un aumento del tiempo de visualización de un 28 %.

Nielsen, DAN + Twitter, Prácticas recomendadas para el contenido de los videos de Twitter, Investigación, mayo de 2015