

Protocolo de redes sociales



Amalfi S.A.



Protocolo de redes sociales

Buscando siempre llegar a nuestro público objetivo, generamos un espacio de doble vía donde podemos interactuar con las comunidades, esta vez en medios digitales como Facebook y nuestra página web.

Objetivos

- Entregar información que le dé herramientas a la comunidad para un cambio en sus hábitos diarios frente a los programas educativos que implementa el área de gestión social de la empresa.
- Evidenciar las actividades que realizamos como empresa, con el fin de cumplir nuestro objeto contractual de cara a la ciudadanía.
- Generar un canal directo por medio de la red social, para la solución de dudas e inquietudes por parte de la comunidad en temas específicos y que se estén llevando a cabo en tiempo real.

Estrategia Digital para Redes Sociales

- Cubrimientos en tiempo real desde las historias en Facebook.
- Contenidos más elaborados: página web y Facebook. Contenidos institucionales: Facebook.
- Contenidos virales: historias de Facebook.
- Contenido propio audiovisual: canal de YouTube.

Información plataformas

Por medio de diferentes estrategias como fotografías de cada uno de los servicios que ofrecemos, historias de vida de nuestra fuerza operativa, infografías, datos estadísticos y nuestros contactos sociales que generan sensibilización ambiental damos cuenta de nuestro trabajo dentro de la comunidad.

Facebook:

utilizada para interactuar con la comunidad. Es ideal para tener un lenguaje más fresco y va dirigido a comunidades de varias edades. Se trabajan videos, testimonios, concursos y es de fácil manejo. Los usuarios que interactúan con nosotros son gracias al relacionamiento que se ha obtenido en los diferentes espacios y es cien por ciento orgánico.

Tipos de contenidos:

El contenido generado busca motivar por medio de ideas, conversaciones y cercanía ciudadanía.

Temáticas:

- Historias de vida.
- Concursos
- Campañas
- Anuncios
- Cultura empresarial
- Convocatorias laborales
- Fotografías
- Videos
- Fotografías
- Fechas ambientales
- Imágenes de las actividades empresariales
- Fotos de las calles iluminadas con tecnología LED

YouTube:

En esta red social se pueden apreciar los contenidos audiovisuales generados con producción propia y con los permisos pertinentes de canales educativos de otras entidades. Cada publicación está debidamente titulada y etiquetada al público específico.

- Videos de manualidades
- Videos de la gestión del relleno sanitario
- Tutoriales
- Video de colaboradores

Respuesta e interacción con los ciudadanos

El objetivo principal es responder las preguntas de los ciudadanos, comunicarles todas las actividades y programas que realiza la empresa, tener contacto con toda clase de públicos y entidades públicas y privadas. Con esta interacción buscamos:

- Cuidar la imagen de la entidad
- Aumentar la interacción con la comunidad y de esta manera posicionar el canal.
- Buscar solución a problemáticas.
- Generar confianza dentro de la ciudadanía.

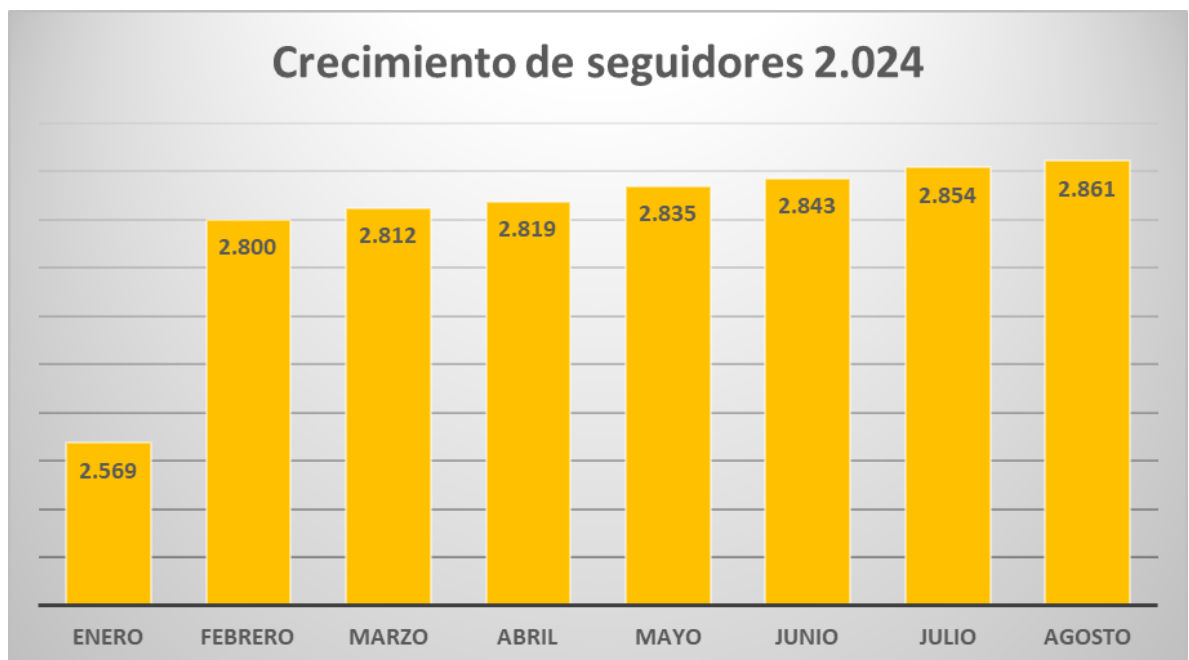
Procedimiento para dar respuesta

- Identificar que el perfil del que están hablando sea real.
- Caracterizar la intención del mensaje y evaluar el momento político en que se está recibiendo el mensaje.
- Definir el tipo de respuesta que se debe dar, si es por escrito o se debe escalar a otro departamento.
- Clasificar si el mensaje implica una solución inmediata.
- Evaluar si se resuelve por medio del mismo canal de comunicación inicial o se requiere pasar al área de PQRS.
- Verificar la información a entregar con las fuentes directas.

- Tener clara la redacción y ortografía en el momento de la respuesta.

Codificación del interlocutor

- Es necesario hacer la verificación en primera instancia de la cuenta de donde se recibe el mensaje, si se logra identificar que es falso el perfil se ignora, bloquea y denuncia la cuenta.
- Si las preguntas y comentarios son respetuosas y van en vía al servicio que brinda la empresa, se debe responder con un lenguaje simple, claro, entendible y si fuese necesario presentar la respuesta sustentadas en la norma, cifras y/o evidencias.
- Si se identifica que la intención es polemizar, debatir, solicitar favores personales, denunciar, atacar o amenazar, se debe tener una posición conciliadora, asertiva de escucha y dar respuestas cortas que genere cierre de la conversación. Si por el contrario se generan amenazas constantes deberá informar de forma inmediata a las autoridades competentes, policía o fiscalía.





Diseño y tamaños para redes sociales

Las piezas gráficas las envía el departamento encargado del tema a publicar, luego será recibida por el encargado de estilo, tipografía y colores corporativos que es la directora de comunicaciones, luego se pasa a diseño y por último es enviada nuevamente al departamento encargado de la solicitud.

Todas las publicaciones deben ir acompañadas de un texto que describa la actividad que se verá reflejada en la pieza gráfica.

Tamaños para Facebook:

Relación de aspecto: 1200x1200, 1200x900, 1500x900

Duración de las imágenes:

Duración máxima para historias: 20 segundos

Duración máxima para Reels : 60 segundos.

Formato recomendado para video: MP4

Analítica de publicaciones

De forma mensual el equipo de comunicaciones identifica por medio de métricas la cantidad de visualizaciones realizadas por los usuarios en la red, esto se hace de forma diaria en la plataforma. Ayuda no solo a saber la cantidad de personas que vieron la pieza de comunicación ese día, sino que registra el gusto de los visitantes y los temas mayor vistos. Este canal genera tráfico de manera orgánica, solo las campañas que sean necesarias son pagadas.

Muchos de los temas publicados en esta red, llevan el link a la página web.