

LACTRIMS

LATIN AMERICAN COMMITTEE FOR TREATMENT
AND RESEARCH IN MULTIPLE SCLEROSIS

LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE REDES SOCIALES DE LACTRIMS

A continuación, se detallarán los pasos básicos que debe seguir para la gestión de redes sociales, teniendo en cuenta que las tendencias de la publicidad, el mercadeo y la comunicación viven en constante cambio. El éxito de su estrategia radicará en nuestra creatividad y compromiso como administradores.

OBJETIVOS

El objetivo principal es elevar el nivel de la comunicación hacia sus públicos de interés, promoviendo la difusión y divulgación científica, optimizando tiempos de respuesta, y ofrecer contenido de interés y valor para aumentar la comunidad de seguidores en las redes sociales.

Los objetivos específicos son:

1. Posicionar a LACTRIMS como principal referente de asociación sobre el estudio de la Esclerosis Múltiple.
2. Desarrollar contenidos que fomenten este posicionamiento.
3. Promover los servicios, cursos, becas y programas académicos que ofrece y avala LACTRIMS dentro de todos los grupos de interés.
4. Interactuar siempre de forma objetiva con los usuarios de la comunidad digital, absteniéndose de escribir opiniones personales.

ACCIONES POR REDES SOCIALES A UTILIZAR

FACEBOOK. Generación de una fanpage para difundir todo tipo de contenido de interés, incluyendo actualizaciones en EM, documentos académicos, notas periodísticas, información de eventos, congresos, cursos, etc.

Utilizando un tono de comunicación más coloquial con lenguaje simplificado, se pueden compartir contenidos propios generados especialmente (con imágenes), compartir links del propio sitio web o de terceros, y también publicaciones de Facebook de otras asociaciones. Realización de Eventos, opción para generar calendarios de eventos especiales y de Grupos públicos/cerrados para debates y consultas sobre temas específicos.

INSTAGRAM. Generación de un usuario para difundir, de forma visual y reducida, información de interés. La lectura es de arriba hacia abajo, mostrando primero una imagen y después el texto que acompaña a la publicación. Por eso es importante generar piezas gráficas que resuman la información: fotos, imágenes con títulos, gráficos, etc.

Tener en cuenta que en publicaciones de feed (posteos tradicionales) no se puede agregar links. Una alternativa para agregarlos es hacerlo a través de stories.

Posibilidad de generar contenidos de interacción con herramientas de stories para generar insights de temas que se puedan agregar en agendas futuras.

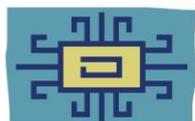
TWITTER. Generación de un perfil para la comunicación y cobertura de eventos específicos previos y del momento en un especie de minuto a minuto de lo que suceda.

Se puede utilizar de todas maneras para compartir contenidos de todo tipo, principalmente novedades del ámbito académico y noticias relevantes.

LINKEDIN. Red profesional por excelencia. Generación de un perfil empresa para compartir todo lo relacionado al mundo académico en un tono de comunicación más formal y específico de la materia.

Desarrollo de *Voceros* dentro del Comité para compartir *Artículos* propios que ellos publiquen en sus perfiles. De esta manera el contenido pasa a tener un autor identificable.

Generación de *Grupos Especializados* para debates y foros identificando líderes de opinión.



LACTRIMS

LATIN AMERICAN COMMITTEE FOR TREATMENT
AND RESEARCH IN MULTIPLE SCLEROSIS

MODALIDAD DE TRABAJO:

AGENDA. La calendarización se realiza de forma mensual. Es necesario recibir mínimo una semana antes del comienzo del mes los contenidos a comunicar. Se trabaja sobre la agenda (recomendación de no más de 3/4 contenidos por semana) y luego se envía al cliente para su aprobación. Una vez aprobada, se calendariza cada contenido según la red.

CONTENIDO EXTRA. En el caso de querer compartir contenido de redes sociales de terceros, se acuerda un medio de comunicación (mail, whatsapp) y un horario del día entre ambas partes para poder enviar el material, seleccionar los contenidos más relevantes y compartirlos.

MODERACIÓN. Se presetea respuestas genéricas a consultas y la moderación de comentarios y mensajes privados se realiza de forma diaria de lunes a viernes.

Lineamientos Generales de Administración y Gestión de Redes sociales.

- Cualquier concurso, encuesta o juego deberá ser evaluado por las Autoridades designadas por LACTRIMS para la gestión y seguimiento de redes sociales
- Toda cuenta deberá ser creada con el correo electrónico institucional que previamente haya sido asignado al administrador y que se encuentre bajo el dominio *@lactrimswb.org*
- Toda cuenta creada en cualquiera de las redes sociales existentes o que surjan en el futuro, deberán incluir la URL de LACTRIMS www.lactrimswb.org
- La ortografía y redacción del administrador son fundamentales, pues estos factores inciden directamente en la percepción que usuario tiene sobre la asociación.
- La comunicación deberá ser apropiada dependiendo del grupo de interés. Las respuestas serán inmediatas, cortas, claras, precisas y concisas; en caso de no hallar la respuesta, el usuario podrá ser direccionado al proceso o persona que le pueda brindar una solución pertinente. En cualquier comentario o respuesta el administrador deberá abstenerse de dar opiniones de carácter personal.
- Se pueden compartir notas de otros medios de comunicación o contenido donde intervenga en forma positiva LACTRIMS.
- Cualquier uso de marca compartida en redes sociales, deberá ser previamente autorizado por las autoridades designadas por LACTRIMS.
- Todo administrador está autorizado a reservarse el derecho de eliminar comentarios con información falsa, o que contenga un lenguaje inapropiado que comprometa la reputación de la asociación