PLAN DE COMUNCIACIONES

Redes sociales

8 agosto 2021

PLAN DE COMUNCIACIONES PARA EVENTOS REALIZADOS

POR LA ALCALDIA DE SOACHA

ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIONES

Teniendo en cuenta que la comunicación es un factor importante para la difusión de los proyectos, programas, campañas, actividades entre otros de la Administración Municipal requiere contar con una estrategia comunicacional que permita una relación directa y de interacción con las comunidades. Teniendo como base que Soacha se ha convertido en una ciudad multicultural, se hace necesaria la formulación de una metodología que contribuya a una eficaz y eficiente entrega de información por los diferentes medios digitales (E mail, Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, e mail y portal web), a través de contenidos gráficos, escritos, auditivos, audiovisuales y multimedia. Con base en lo anterior, este documento ofrece cuándo y cómo se van a poner en marcha dichas acciones con el propósito de entregar información verás, precisa y concisa.

El objetivo de este plan de comunicaciones es el conocimiento, aprovechamiento y participación de las ejecutorias de la administración municipal por parte da la ciudadanía

La finalidad del mensaje será transmitir información de la Administración Municipal, sobre los diferentes planes, programas y proyectos que se ejecutan desde las diferentes secretarías, direcciones, oficinas y entidades descentralizadas, a fin de dar cumplimiento al Plan de Desarrollo

Como es un público diverso debemos tener en cuenta que sea: claro, conciso y directo, con un lenguaje adecuado al público objetivo, teniendo mucho cuidado que el canal de transmisión sea el adecuado a fin de satisfacer las necesidades e intereses de los ciudadanos

Divulgar la información de la entidad pública sobre su gestión y resultados en forma amplia hacia los diferentes grupos de interés (Ciudadanía, medios de comunicación, locales, regionales y/o nacional, y medios digitales, Ministerios, Contraloría General de la Nación, Procuraduría, etc.) La comunicación externa debe garantizar que efectivamente las prácticas de interacción de la entidad con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza.

Este producto deberá ser revisado y corregido para garantizar la calidad de sus contenidos. A continuación, un encontraran un cronograma que deja espacio para comunicaciones de otras áreas y serve como base para diferentes eventos

CRONOGRAMA DE PUBLICACIONES

RED SOCIAL	DIA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA	Formato
4 SEMANAS ANTES				
E MAIL	Lunes	E mail infográfico	Cronograma del mes	E mail
PORTAL WEB	Lunes	Publicación	Cronograma del mes	Noticias

RED SOCIAL	DIA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA	Formato
3 SEMANAS ANTES				
FACEBOOK	Lunes	Imagen	Campaña de expectativa	Publicación
	Miércoles	Video	Inspiración	Publicación
	De Domingo a Jueves	Fotografía	Campaña de expectativa	Historias
INSTAGRAM	Martes	Fotografía	Inspiración	Feed
	Jueves	Video	Campaña de expectativa	Reel
	De Domingo a Jueves	Preguntas	Campaña de expectativa	Historias
TWITTER	Martes	Texto	Opiniones	Publicación
	Jueves	Texto	Encuesta	Publicación
	Viernes	Texto e imagen	Links a otro contenido	Publicación

RED SOCIAL	DIA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA	Formato
2 SEMANAS ANTES				
FACEBOOK	Lunes	Imagen	Información sobre el evento	Publicación
	Miércoles	Video	Información sobre el evento	Publicación
	De Domingo a Viernes	Fotografía	Noticias y novedades/evento	Historias
INSTAGRAM	Domingo	Fotografía	Información sobre el evento	Feed
	Martes	Video	Información sobre el evento	Reel
	Jueves	Fotografía	Información sobre el evento	Feed
	De Domingo a Viernes	Infografía	Noticias y novedades/evento	Historias
TWITTER	Lunes	Texto e imagen	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Publicación
	Martes	Texto	Opiniones	Publicación
	Miércoles	Infografía	Noticias y novedades	Publicación
	Jueves	Texto	Encuesta	Publicación
	Viernes	Texto e imagen	Links a otro contenido	Publicación
YOUTUBE	Jueves	Video	Promoción evento	Teaser
E MAIL	Miércoles	Email con infografía	Información sobre el evento	E mail

RED SOCIAL	DIA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA	Formato
1 SEMANAS ANTES				
FACEBOOK	Lunes	Imagen	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Publicación
	Miércoles	Video	Promoción evento	Publicación
	De Domingo a Viernes	Fotografía	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Historias
INSTAGRAM	Domingo	Fotografía	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Feed
	Martes	Video	Promoción evento	Reel
	De Domingo a Viernes	Video e infografías	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Historias
	Jueves	Infografía	Promoción evento	Feed
TWITTER	Lunes	Texto e imagen	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Publicación
	Martes	Texto	Opiniones	Publicación
	Miércoles	Texto e imagen	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Publicación
	Jueves	Texto	Noticias y novedades	Publicación
	Viernes	Texto e imagen	Invitación por parte de organizadores, artistas, participantes, etc.	Publicación
YOUTUBE	Jueves	Video	Promoción evento	Teaser
E MAIL	Viernes	Email con infografía	Información sobre el evento	E mail

RED SOCIAL	DIA	TIPO DE CONTENIDO	TEMA	Formato
1 SEMANAS DESPUES				
FACEBOOK	Lunes	Fotografía	Momentos del evento	Publicación
	Miércoles	Video	Agradecimientos	Publicación
	De Domingo a Viernes	Fotografía	Momentos del evento	Historias
INSTAGRAM	Martes	Fotografía	Agradecimientos	Feed
	Jueves	Video	Momentos del evento	Reel
	De Domingo a Viernes	Fotografía	Agradecimientos	Historias
TWITTER	Lunes	Texto y Fotografía	Momentos del evento	Publicación
	Miércoles	Texto y Fotografía	Agradecimientos	Publicación
	Viernes	Texto y Fotografía	Momentos del evento	Publicación
YOUTUBE	Martes	Video	Momentos del evento	Teaser
	Jueves	Video	Momentos del evento	Teaser
E MAIL	Viernes	Email con infografía	Agradecimiento por participación e invitación a YouTube	E mail
PORTAL WEB	Lunes	Publicación	Actividades realizadas	Noticias