



Comunicación Dirigida

¿Cómo formular mensajes exitosos
en FaceBook y cómo funcionan las
historias de Instagram?

Ponente: Christian de la Campa



United Patients
Online academy

Algunos datos curiosos sobre las redes sociales:



- 80% del tiempo en redes sociales ocurre desde celulares
- 75% de los usuarios revisan sus redes sociales como primera actividad de su día.
- El acceso a redes sociales es la actividad online más concurrida en la actualidad, sustituyeron a las páginas para adultos (ganadora hasta el 2010)
- La mitad del presupuesto de las campañas políticas en México fueron destinados en redes sociales (más de un billón de pesos).

Consejos para Facebook

- Fomentar comentarios e interacciones.
- Compartir testimonios de los pacientes.
- Publicar cuando nuestros fans están conectados.
- Compartir imágenes relevantes (regla del 20%)
- Fijar contenidos importantes.
- Aprovecha el botón de acción de tu Fan Page



Hora	lunes	martes	miércoles	jueves	viernes	sábado	domingo
0:00	18,2%	18,2%	20%	19%	18,6%	20%	21,7%
1:00	12,3%	11,2%	11,8%	10,9%	11,4%	13,2%	14,4%
2:00	7,8%	6,5%	6,8%	6,9%	7,6%	8,5%	9,5%
3:00	6,3%	4,5%	4%	4,1%	3,8%	4,6%	5,2%
4:00	5,4%	4,7%	4,7%	4,4%	3,7%	4,1%	4,7%
5:00	5,4%	6,6%	7%	6,9%	7,1%	7%	5,6%
6:00	8%	12%	11,8%	12,7%	12,6%	12,6%	9,7%
7:00	12,4%	18,5%	19%	19,7%	19,6%	19,2%	17%
8:00	19,3%	22,9%	23,6%	24,7%	23,1%	23,7%	22,7%
9:00	23,6%	24,6%	25,8%	26%	25,6%	26%	25,1%
10:00	26%	26,5%	27%	27,5%	26,9%	27,1%	25,8%
11:00	27,5%	28,5%	27,9%	28,9%	27,6%	28,7%	26,7%
12:00	28,4%	28,7%	28,8%	28,7%	29,2%	29,8%	27,5%
13:00	28,6%	28,9%	29,7%	28,7%	30,2%	30,1%	27,7%
14:00	29,6%	29,9%	30,4%	27,3%	30,5%	30,8%	28,5%
15:00	30,1%	29,4%	30,1%	28,5%	29,8%	29,4%	29,2%
16:00	29,1%	29,5%	30,2%	27,7%	29,6%	28,8%	29%
17:00	28,2%	29,4%	31,2%	28,3%	30,5%	29,4%	29,2%
18:00	29,6%	30,4%	31,6%	29,2%	30,7%	30,1%	30,4%
19:00	31,6%	31,5%	32,4%	31%	32,8%	31,9%	30,1%
20:00	31,9%	33,4%	34,1%	32,2%	33,2%	33,4%	32,1%
21:00	32,6%	33,3%	33,7%	32,6%	32,9%	33,1%	32,5%
22:00	31,3%	31,6%	32,5%	32,1%	31,9%	32,7%	30,8%
23:00	25,6%	26,8%	27,7%	27,7%	26,3%	27,5%	28,6%

Fan Page Karma

Consejos para Facebook

- Hablar sobre temas de tendencia (Trending Topics) y celebra festividades u ocasiones especiales.
- Ojo con interactuar demasiado con la industria farmacéutica
- Esperar 24 horas, antes de pautar (pagar) para promocionar la publicación, para ver si vale la pena la inversión.
- Publicar contenido sólo de fuentes fidedignas
- Cuidar el no convertirse en doctor google (NO TOMAR EL ROL DE LOS MÉDICOS)





Fundación Cáncer - FUCA

22 de marzo a las 15:23 · 🌐

Estés donde estés ¡salí a caminar! 🚶🚶

♦ Te invitamos a tomar conciencia y a ser parte de esta campaña que une al país. 🇺🇵 🇦🇷 🇺🇵

♦ Mientras caminás, sacate una foto o grabate y subilo a las redes sociales con el hashtag #YoCaminoxFUCA. 📷 📹 📱

¡Sumate a la comunidad FUCA! ❤️



**ESTÉS DONDE ESTÉS
¡SALÍ A CAMINAR!**



fuca83 @fundacion_FUCA



9

6 veces compartido



Me gusta



Comentar



Compartir

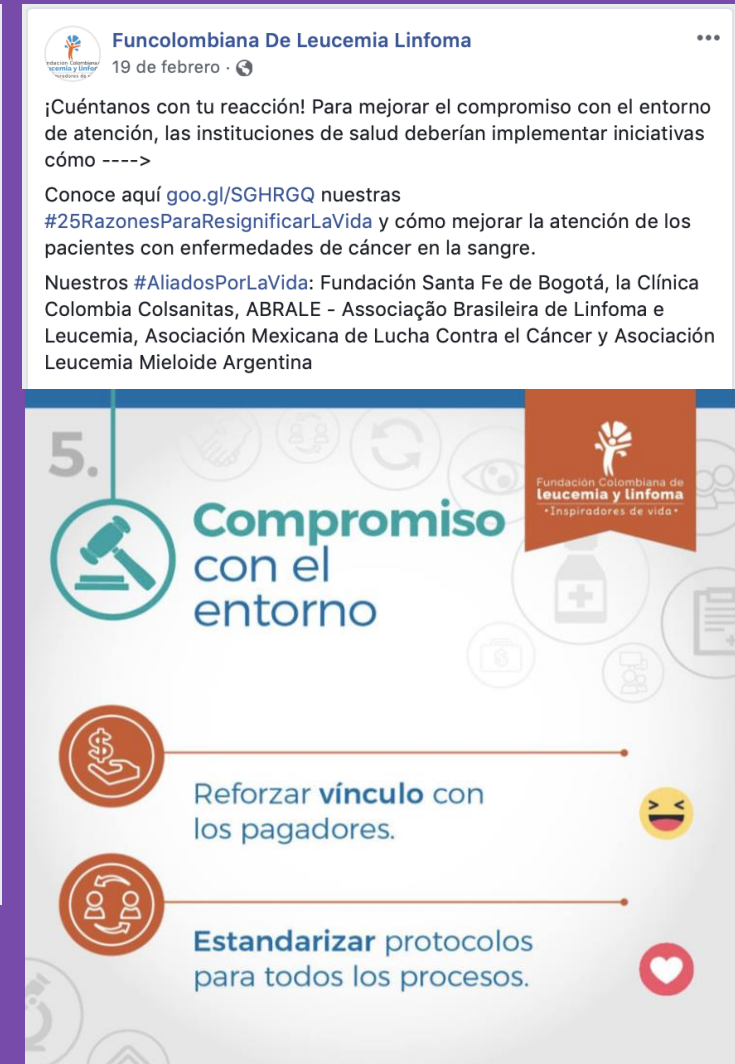
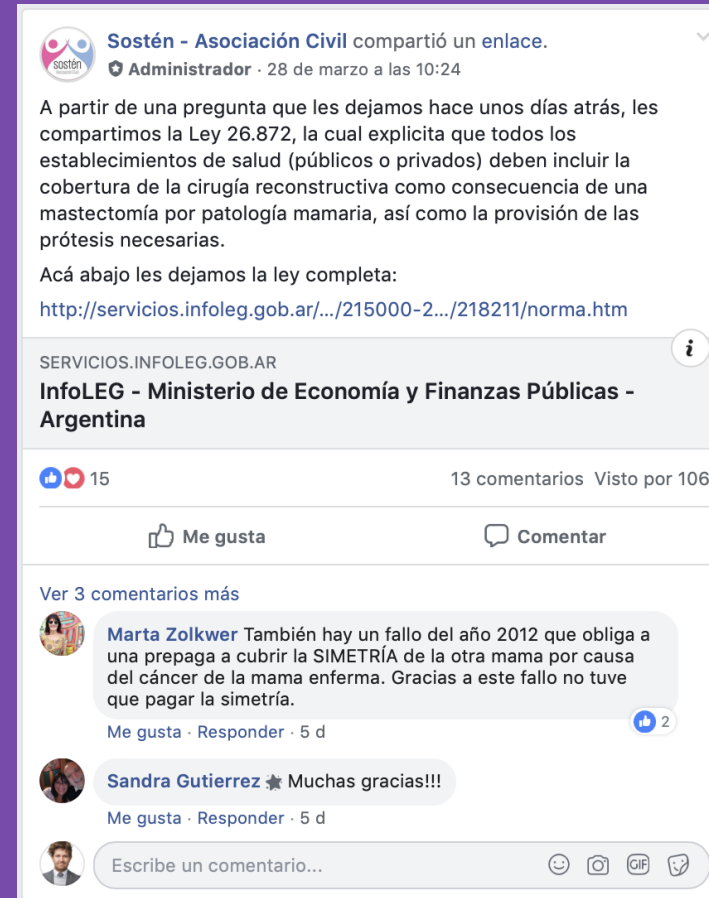


Consejos para Facebook

- Subirse al mundo de los memes
- Responder a todas las interacciones:
 - Tomarse el tiempo para responder preguntas o comentarios elaborados
 - Colocar un like al comentario, o un “gracias” o un emoji en comentarios cortos
- Fomentar que tus usuarios compartan sus testimonios (comentarios largos), etiqueten amigos en los comentarios, envíen fotos con sus tratamientos, fotos de antes y después, etc.
- Para las transmisiones en vivo
 - Anunciar previamente que habrá un Facebook live para generar expectativa.
 - Ofrecer una introducción del video con un “anfitrión”, o en su defecto, en el texto de la publicación.
- No tiene nada de malo republicar contenidos que ya funcionaron antes.

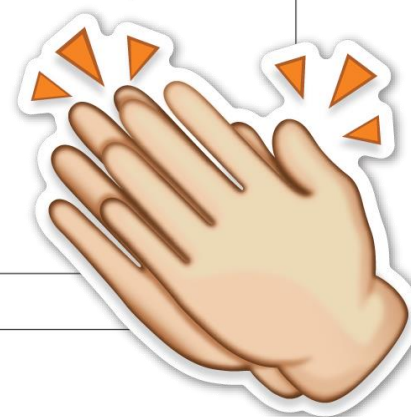
Consejos para Facebook

- Comparte metas logradas y triunfos de la ONG (Debemos “cacarear” nuestros logros para mantener nuestro posicionamiento)
- Crear dinámicas con los seguidores: espacios en blanco, desafíos por donativos, encuestas por reacciones, concursos, etc
- Genera contenido especializado (y posiblemente más pesado) para los grupos de pacientes cerrados.
- Apóyate y fomenta colaboraciones con influencers, celebridades, médicos, psicólogos, etc.
- Mantén una buena línea gráfica, utiliza una paleta de colores fija y cuida el estilo editorial de la organización



Planear publicaciones mensuales/semanales

FECHA	PLACA	TEXTO CENTRAL	PREGUNTA PARA ACCION	HASHTAG
Lunes 1		Muy #FelizCumple a todas las #MujeresValientes nacidas en #Abril	¿Nos cuentan quienes son las cumpleañeras?	#CelebraLaVida #Macma
Martes 2		Hoy, feriado nos podes escuchar de 10 a 11 (Hora Argentina) en #MacmaConVos , nuestro programa oficial de radio. Historias de vida, invitados especiales, información de interés y muchas cosas más. Sé parte vos también de MacmaConVos. Escuchanos en www.conexionabierta.com.ar pasaremos un programa ya emitido.	¿Nos vas a escuchar?	#Radio #ConexionAbierta #EstamosAlAire #Macma
Miércoles 3		En #Macma durante este año continuamos entregando #MamografiasGratis para mujeres sin cobertura médica a partir de los 40 años. Agradecemos a quienes nos apoyan @Imat, @Fundaciondelsur, @Deragopyan, @CentroMoreau y le damos la bienvenida a @Fundacioncentrodediagnosticonuclear	¿Ya te hiciste la #mamografía ?	#SabemosQuePodemosAyudarte #DeteccionTemprana .
Jueves 4				





Estructura de un mensaje

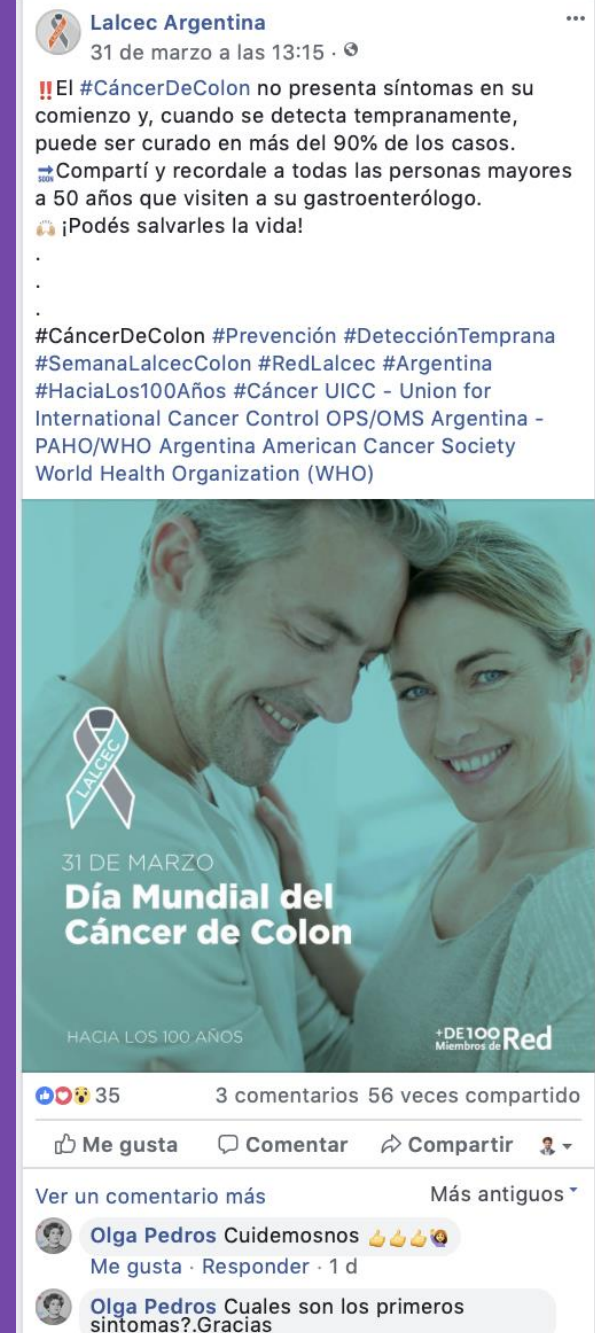
Texto de la Publicación:

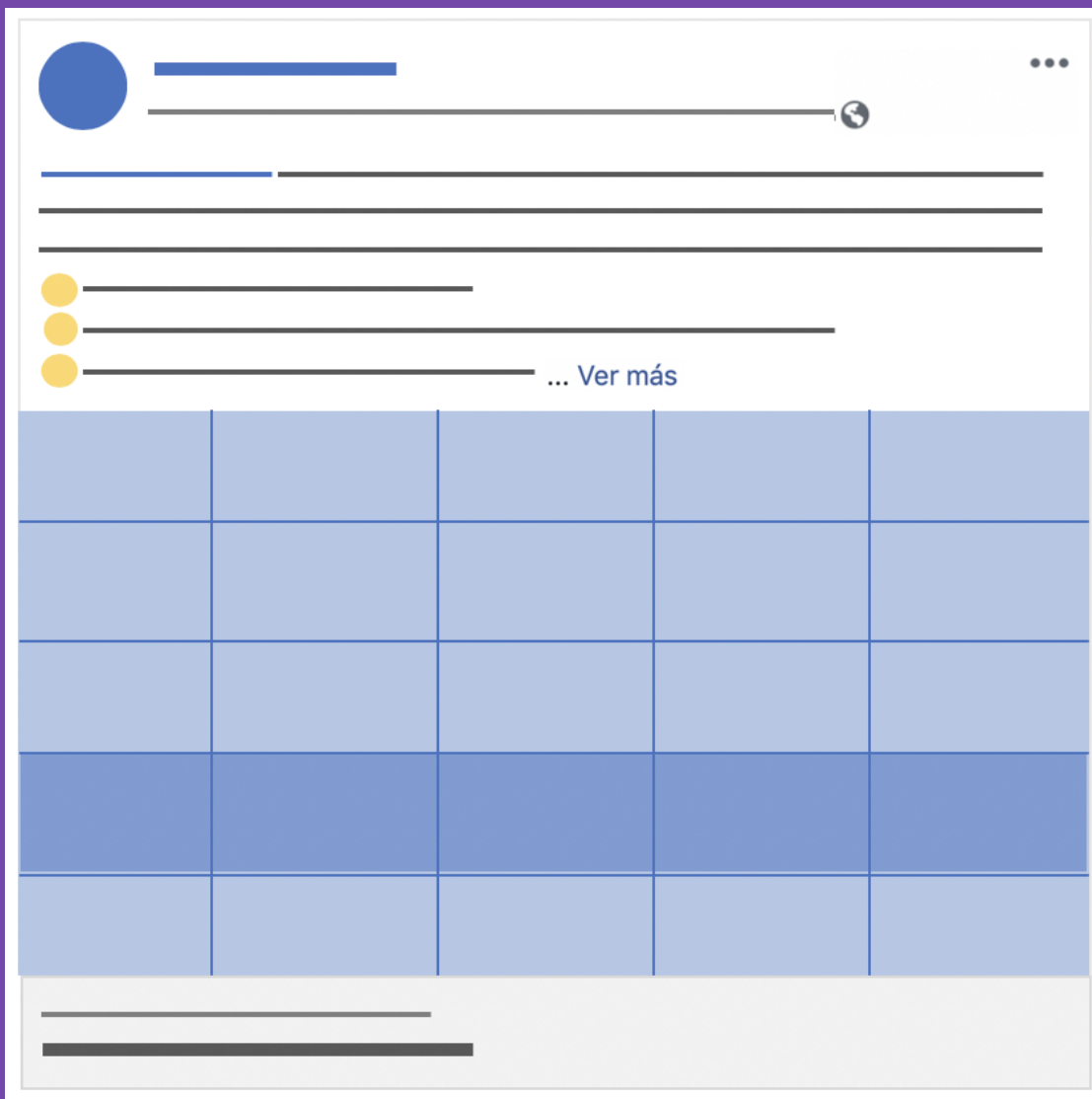
- Ubicar el mensaje principal y los “ganchos” que atraparan la atención del lector en las primeras 5-6 líneas del mensaje.
- Compartir los datos de ubicación, hashtags, contacto y otros detalles secundarios al final del mensaje (... Ver más)
- Etiquetar a organizaciones aliadas, lideres de opinión, pacientes clave relacionados con el contenido de la publicación (cuidado con copiar y pegar los @)

Estructura de un mensaje

Texto de la Publicación:

- Utilizar emojis (respetando limites)
- Colocar siempre un call to action; si involucra un link externo como “para leer el articulo completo” o “regístrate en nuestro site” usar publicaciones con vinculo.
- Finalizar con hashtags #, recordar que los # sirven para:
 1. Agregar información poco vinculada (o datos curiosos) #LeemosEnFormaDeF #CuidadoConCopiarYPegarHashTags
 2. Como vinculo para llegar a usuarios que todavía no conocen la ONG #MensajesAtractivosParaFacebook



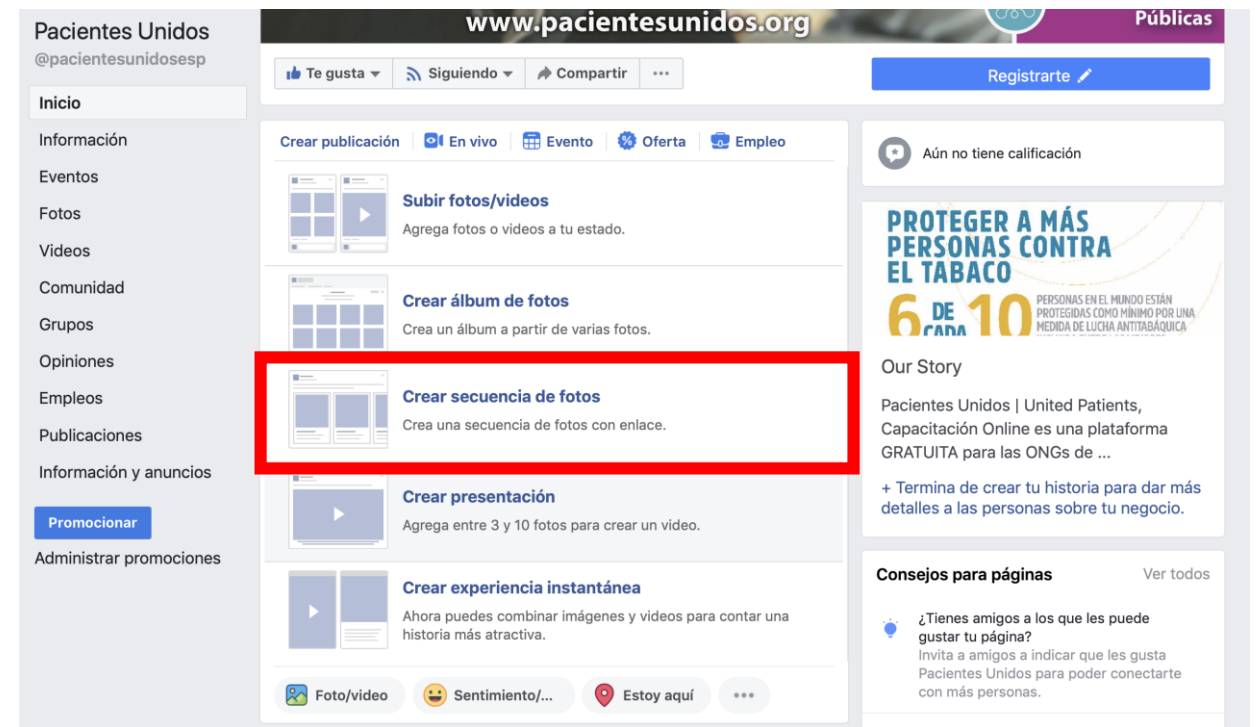
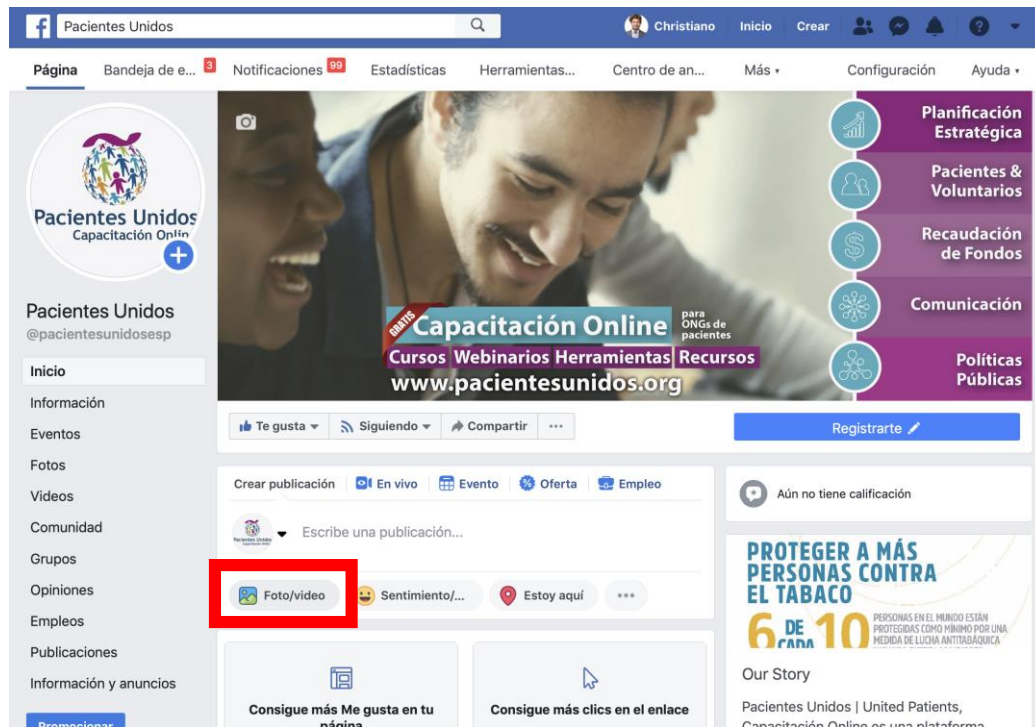


Estructura de un mensaje

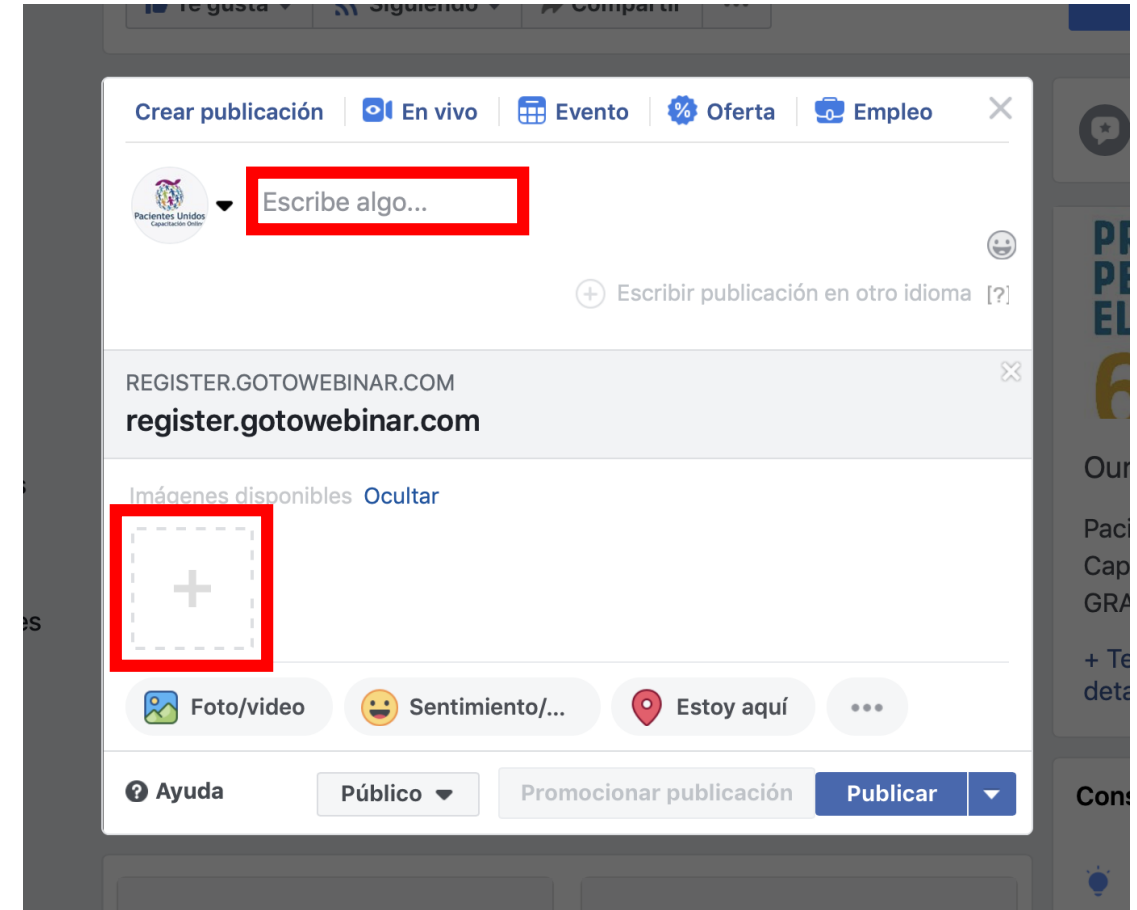
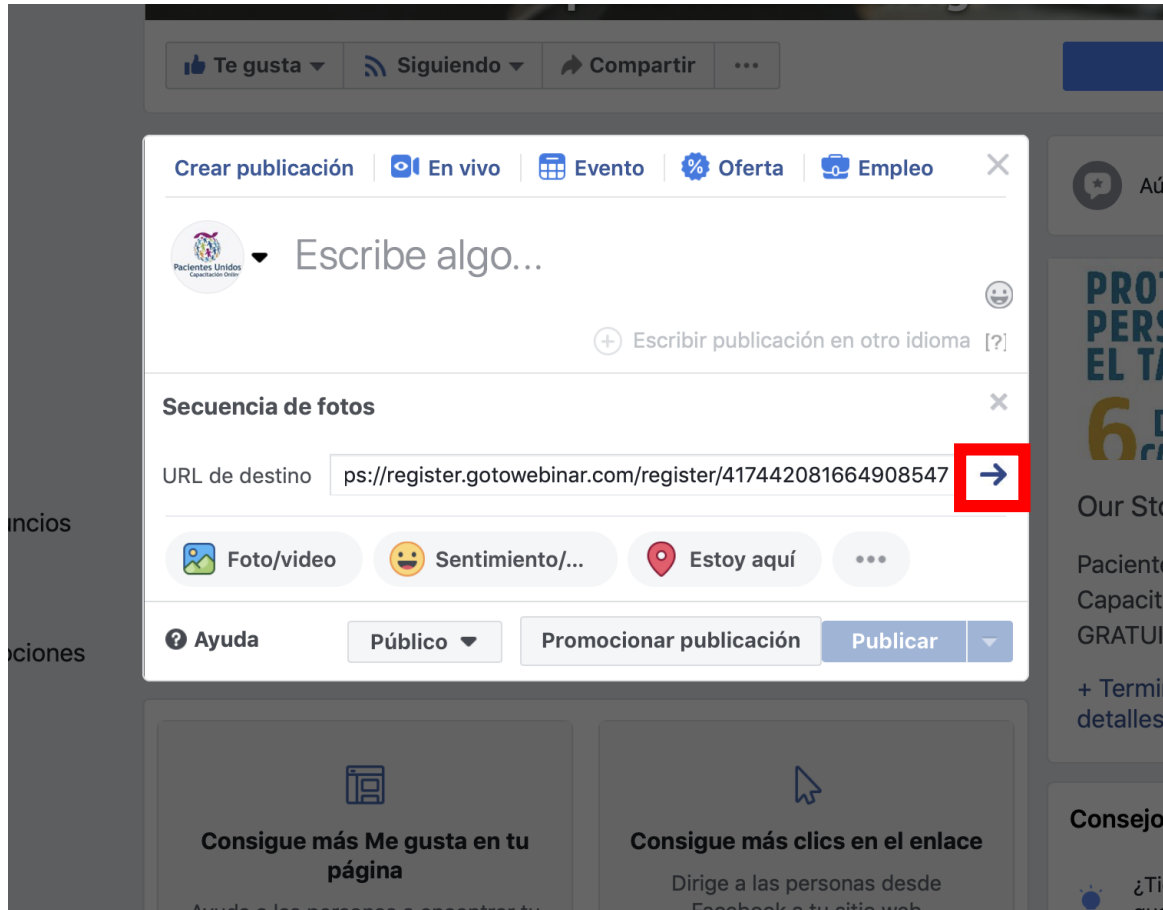
Imagen de la Publicación

- Intentar seguir la regla del 20% (20% texto y 80% imagen)
- Utilizar imágenes con personas, para humanizar nuestro perfil
- Una imagen vende mejor que mil palabras, pero los videos son los mejores.
- Subir los videos directamente a Facebook (evitar compartir links de videos en YouTube), si no es material propio (siempre dar el crédito correspondiente).

Cómo crear una publicación con vinculo en FaceBook



Cómo crear una publicación con vínculo en FaceBook



Cómo crear una publicación con vínculo en FaceBook

Crear publicación  En vivo  Evento  Oferta  Empleo

 **Pacientes Unidos** los invita a su primer taller online con  Christian de la Campa (CATALYST-USA) donde iremos paso a paso en la configuración de una publicación ideal para Facebook, enfatizando en:

- ✓ Crear de mensajes atractivos
- ✓ Fomentar la viralización y la interacción con seguidores
- ✓ Publicar mensajes con estructura

También hablaremos sobre las tan poco comprendidas historias de instagram 📷, que hoy son la tendencia entre las nuevas generaciones y son poco aprovechadas por las ONGs.

🕒 Horario (capitales):
09:00am CentroAmerica (Excepto Panamá) y 🇲🇽 México
10:00am 🇨🇴 Colombia, 🇪🇨 Ecuador, 🇵🇦 Panamá y 🇵🇪 Perú
11:00am 🇧🇴 Bolivia, 🇨🇺 Cuba, 🇵🇷 Paraguay, 🇵🇷 Puerto Rico, 🇷🇪 Rep.Dom, 🇺🇸 USA (EST) y 🇻🇪 Venezuela
12:00pm 🇦🇷 Argentina, 🇧🇷 Brasil, 🇨🇱 Chile y 🇺🇾 Uruguay
05:00pm 🇪🇸 España

 Escribir publicación en otro idioma [?]

Online academy

¡FALTA UNA SEMANA!

WEBINARIO

PRÓXIMO MIÉRCOLES

03 ABRIL

09:00am CENTRO (Excepto PAN y MEX)
10:00am COL, ECU, PAN y PER
11:00am BOL, CUB, PRY, P.R. R. DOM, USA (EST) y VEN
12:00pm ARG, BRA(Brasilia), CHL y URY
05:00pm ESP

¡CUPO LIMITADO!

REGISTER.GOTOWEBINAR.COM
register.gotowebinar.com

Imágenes disponibles  Ocultar

 **Pacientes Unidos**
Publicado por Christiano Da Campa [?] · Hace un momento · 

Pacientes Unidos los invita a su primer taller online con  Christian de la Campa (CATALYST-USA) donde iremos paso a paso en la configuración de una publicación ideal para Facebook, enfatizando en:

- ✓ Crear de mensajes atractivos
- ✓ Fomentar la viralización y la interacción con seguidores
- ✓ Publicar mensajes con estructura ... [Ver más](#)

 **United Patients**
Online academy

¡FALTA UNA SEMANA!

WEBINARIO

PRÓXIMO MIÉRCOLES

03 ABRIL

09:00am CENTRO (Excepto PAN y MEX)
10:00am COL, ECU, PAN y PER
11:00am BOL, CUB, PRY, P.R. R. DOM, USA (EST) y VEN
12:00pm ARG, BRA(Brasilia), CHL y URY
05:00pm ESP

¡CUPO LIMITADO!

¿Cómo formular mensajes exitosos en FaceBook y cómo funcionan las historias de Instagram?

  **Con el experto Christian de la Campa (CATALYST-USA)**

Capacitación Online para ONGs de pacientes

Cursos | Webinarios | Herramientas | Recursos

REGISTER.GOTOWEBINAR.COM
register.gotowebinar.com

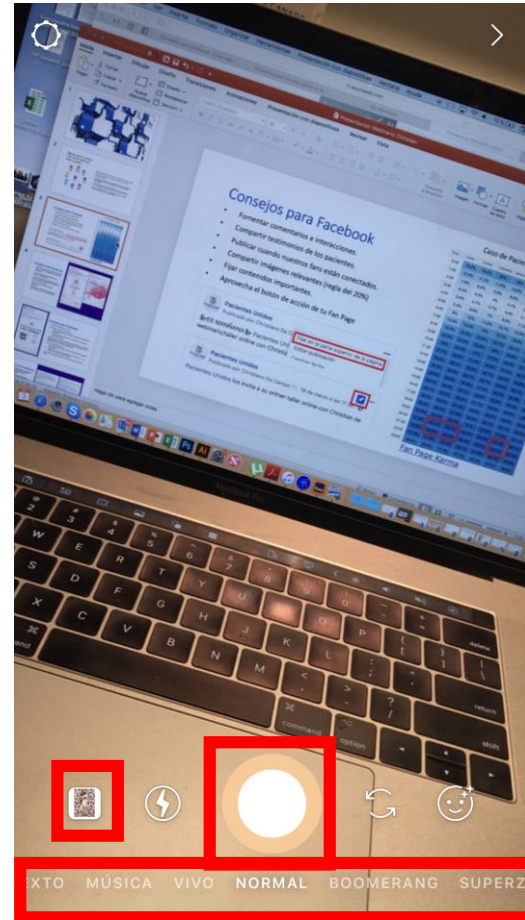


1200 X 628 px

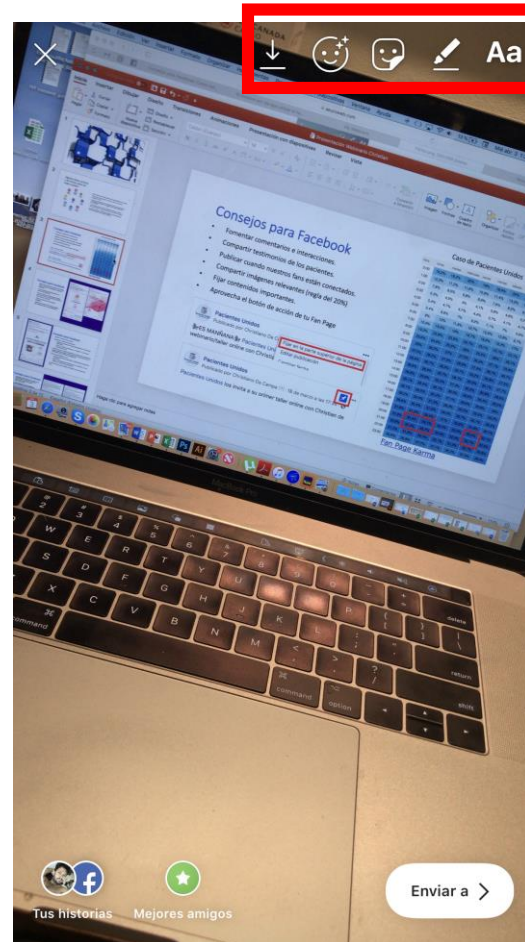
¿Cuáles son las características de Instagram Stories?

- Permiten **compartir fotos y videos** durante un máximo de 5 y 15 segundos respectivamente.
- Los mensajes **desaparecen 24 horas después** de su publicación (efimeridad).
- Incluyen varias **herramientas de diseño**: gifts, emojis, lápices, texto, filtros.
- También cuenta con varias **herramientas para interactuar** con los usuarios: cuadro de preguntas, encuesta (con dos opciones de respuesta) y ranking deslizante.
- Existen las **historias destacadas** que son perfectas para mostrar contenido que consideramos importante o fijo, como nuestros servicios, programas activos, tips, etc. desde el primer vistazo de nuestra página de Instagram.
- Las cuentas verificadas (o con más de 10K de seguidores) pueden **agregar un enlace** para redirigir a los usuarios a un sitio web “Ver más”.
- Pueden contener videos en **vivo** y mini videos **de Boomerang**.
- Ideales para compartir **contenido más corto, rápido y relajado**.
- Las ONGs pueden **publicar más** contenido sin miedo a artar a los usuarios.
- Posibilidad de segmentar tu contenido con la opción **“mejores amigos”** (podrían ser los pacientes para una ONG)

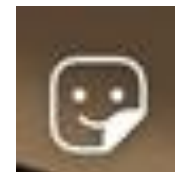
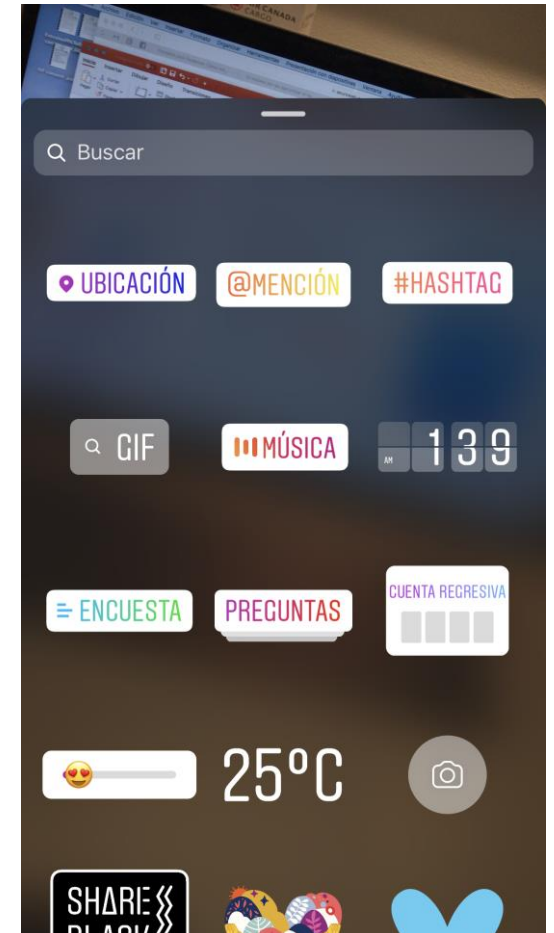
¿Cómo crear una historia?



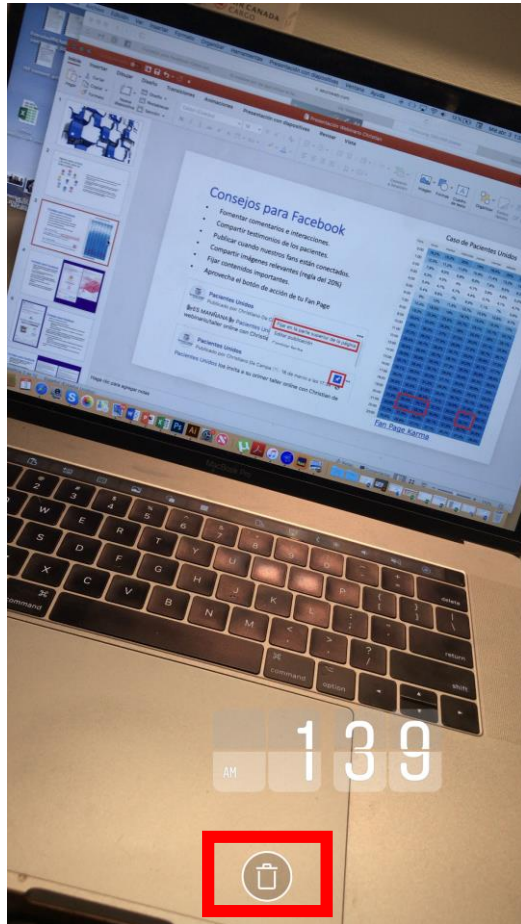
Pulsa el botón **tomar una fotografía** o manténlo pulsado para **grabar un vídeo**. También puedes **subir fotos o vídeos** creados en tu smartphone en las últimas 24 horas.



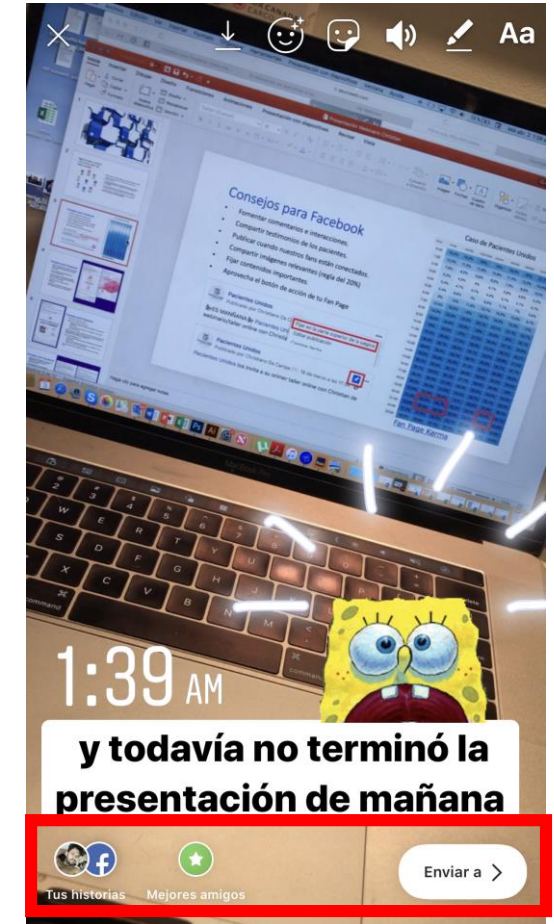
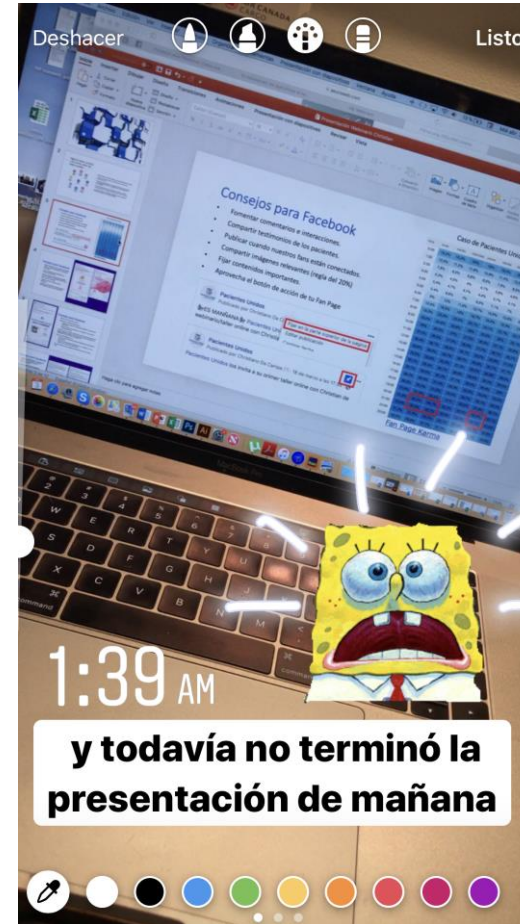
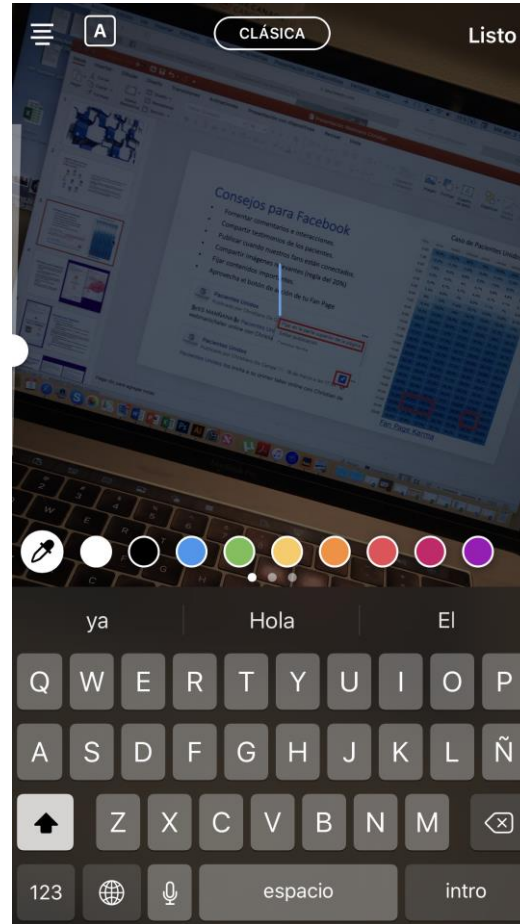
Decorar tu foto o vídeo



¿Cómo crear una historia?



Arrastra los elementos no deseados al cesto de basura para eliminarlos del diseño



Historias destacadas

Ideal para mostrar permanentemente servicios, tips, programas activos, contenido importante, contenido específico, etc



Contenido fragmentado y corto



Contenido relajado y efimero



MUCHAS GRACIAS

cdelacampa@ccgintl.org

FaceBook: Christiano da Campa

Instagram: dlakmpa



United Patients
Online academy

