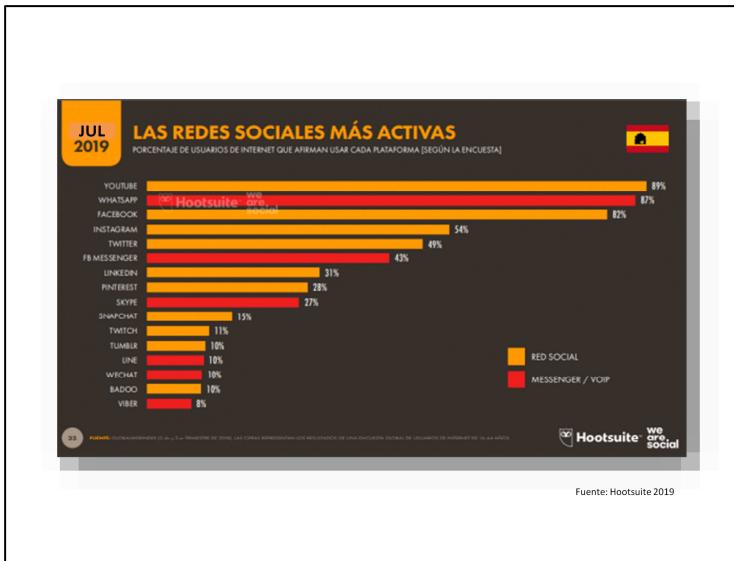


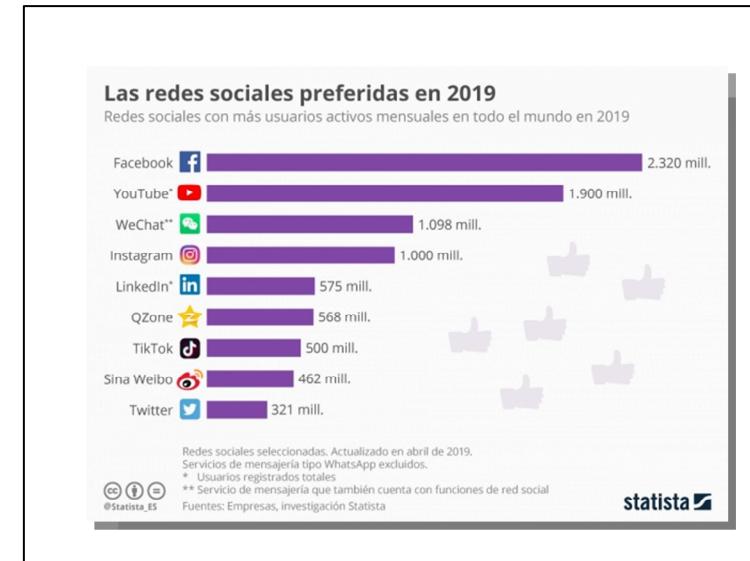


## Los datos

Vamos a ver los datos de las Redes Sociales en 2019 tanto en España como a nivel mundial.



Datos de las Redes Sociales más activas en España en 2019.



Uso de las Redes Sociales en 2019 a nivel mundial.

## **5 Beneficios principales**

1. Gran potencial para ampliar la **INFORMACIÓN**.
2. **INTERACCIÓN** con los contenidos y propuestas.
3. **CREAR** y **COMPARTIR**.
4. Trabajo **COLABORATIVO**.
5. Obtenemos **FEEDBACK** inmediato.

## **5 Amenazas a tener en cuenta**

1. No estar **FORMADOS** o **ACTUALIZADOS**.
2. Una **GESTIÓN** correcta.
3. Plan de Prevención de una **CRISIS** de REPUTACIÓN.
4. No haya un **EQUIPO** de trabajo compacto.
5. Falta de **INCLUSIÓN** de algún departamento.

## Mejores Redes para Municipios



Según el perfil de los usuarios y el uso de las redes, las más indicadas para nuestra comunicación son Whatsapp, facebook, instagram, YouTube y Twitter. Iremos viendo cada una de ellas.

## WhatsApp Messenger y Business



-WhatsApp Business funciona igual que messenger pero es una cuenta verificada de la empresa.

- Podemos llevar ambas en el móvil pero cada una con un número de tlf diferente. Incluso WB podemos instalarlo con un tlf fijo.

**Perfil de empresa:** Podemos crear un perfil del centro con información sobre nuestra página web, la ubicación e información de contacto.

**Herramientas de mensajería:** Mensajes de ausencia para indicar cuando estemos ausentes, o un Mensaje de bienvenida al iniciar una conversación por primera vez.

**Soporte a teléfonos fijos:** Se puede utilizar WhatsApp Business con un número de teléfono fijo donde podremos recibir mensajes. Al realizar la verificación, podemos seleccionar «Llámame» para recibir un código a través de una llamada.

Enviar archivos multimedia (vídeos, fotos, gifs animados...)

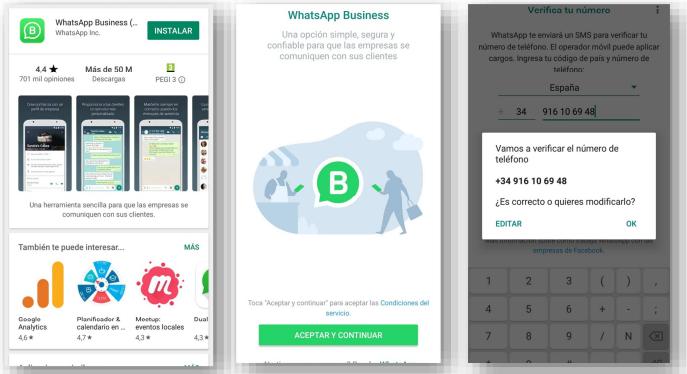
Realizar llamadas

Envío gratuito de mensajes a números internacionales

Chats de grupo

Mensajes sin conexión

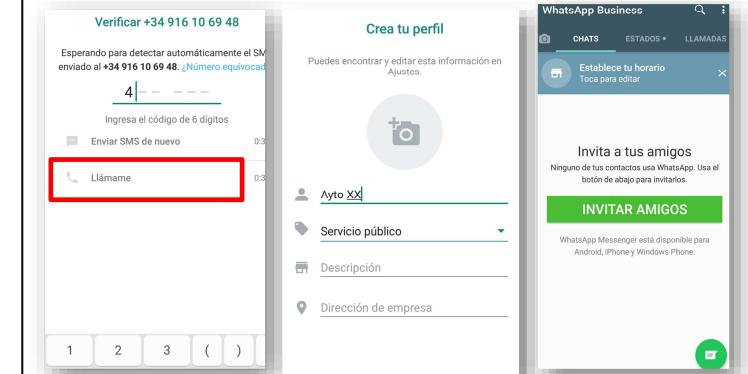
## WhatsApp Messenger y Business



-Estos son los pasos para instalar Whatsapp business en el dispositivo:

- 1.- Buscamos la aplicación en la tienda de nuestro móvil y la instalamos.
- 2.- Rellenamos los datos que nos van pidiendo, recuerda que el teléfono puede ser un número fijo.

## WhatsApp Messenger y Business



- 3.- Recuerda también que si elegimos instalarlo con un número fijo, tendremos que hacer la verificación a través de una llamada en vez de a través de un mensaje.
- 4.- Rellenamos los datos del centro según vemos en la segunda captura de la diapositiva.
- 5.- Por último vamos añadiendo contactos independientes o grupos.

## WhatsApp: contenido

¡Hola!

Esta es una prueba de cómo poner un texto en **negrita** y una palabra en *cursiva*.

También puedo ~~tachar~~ lo que quiera ☺ y además puedo cambiar la `fuente del mensaje`.

Resultado:

¡Hola!

Esta es una prueba de cómo poner un texto en **negrita** y una palabra en *cursiva*.

También puedo ~~tachar~~ lo que quiera ☺ y además puedo cambiar la `fuente del mensaje`.

## FACEBOOK

1. Es nuestra ventana al MUNDO.

2. El OBJETIVO de Facebook es:

Crear imagen corporativa      Crear comunidad

Generar confianza      Generar tráfico

3. Tienes que SABER que:

Un trabajo serio y planificado.

NO hay resultados a CORTO plazo.

Vamos a hacer un ejemplo de edición de texto en WhatsApp

-Utilizamos `*texto*` para negrita

`_texto_` para cursiva

`~texto~` tachado (estos símbolos se llaman virgulillas y en el teclado del ordenador se ponen con alt126)

Para la monospace utilizamos las `'''texto'''`

Empezamos conociendo las características y beneficios de Facebook.

# facebook®

## ¿Perfil o Página?



Como ves el diseño de las páginas y de los perfiles son diferentes. Fíjate sobre todo en la cabecera, en la posición de la imagen redonda y que en el perfil hacemos amigos y en la de empresa “seguimos” o nos gusta”.

En la entidad, centro, cualquier empresa o proyecto público o privado siempre trabajaremos con páginas.

### Comparativa

	PERFIL	PÁGINA
Tamaño foto pequeña	180*180	190*190
Tamaño foto portada	815*351	900*351
Engagement máximo	Amigos 5.000	Fans o Seguidores ilimitados
Crear Evento	✓	✓
Crear Grupo	✓	✓
ADS : promocionar centro o pub	✗	✓
Crear Hito	✗	✓
Invitar Amigos	✗	✓
Enviar Mensajes	✓	✓
Programar publicaciones, guardar o modificar fecha	✗	✓
Fondo publicación	✓	✓
Ver publicaciones de otros en el muro	✓	✗
Estadísticas	✗	✓

# facebook®

## Nuestra Página

### Comparativa

Vemos perfil y página, ¿qué opciones nos da cada una de ellas?

## FACEBOOK: ¿qué puede pasar?

- 1 No tenemos Página de Facebook.
- 2 Hemos creado un **PERFIL** como una **PÁGINA..**
- 3 Tenemos **DOS PÁGINAS** creadas.
- 4 Existe **PÁGINA** y nos hacen **ADMINISTRADORES**.

- Si no tenemos página, la crearemos siempre desde un perfil. Según podemos ver en las siguientes diapositivas.

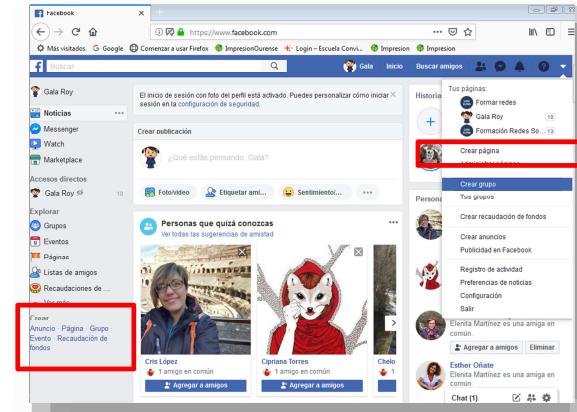
- Si ya hemos creado un perfil y queremos convertirlo en página. Desde crear una página seguiremos las instrucciones.

- Si tenemos creadas 2 o más páginas queremos unirlas, lo haremos siguiendo las instrucciones de este link: <https://www.facebook.com/pages/merge>

Recuerda que siempre quedará la imagen y publicaciones de la que elijas como principal y que se unirán los fans, eliminando los repetidos.

- Puede ser que ya exista o se cree una página de la entidad y que te den rol de administrador o editor y empieces a gestionar el contenido y analíticas de la página ☺

Desde **nuestro perfil** podemos crearla o desde la parte inferior izquierda o desde el desplegable en la parte superior derecha.



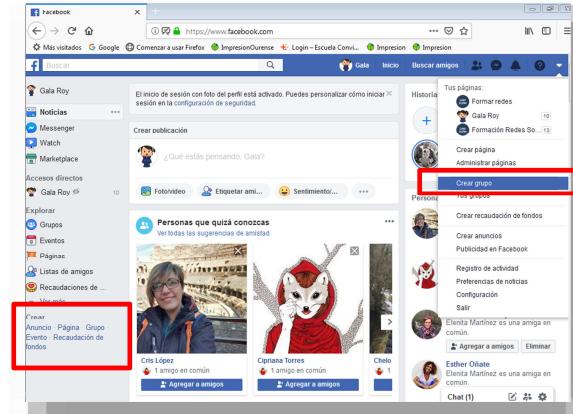
Estando en la sección inicio de nuestro perfil, podemos crear una página haciendo clic en el desplegable de la derecha o en la columna de la izquierda en la parte inferior.

# facebook®

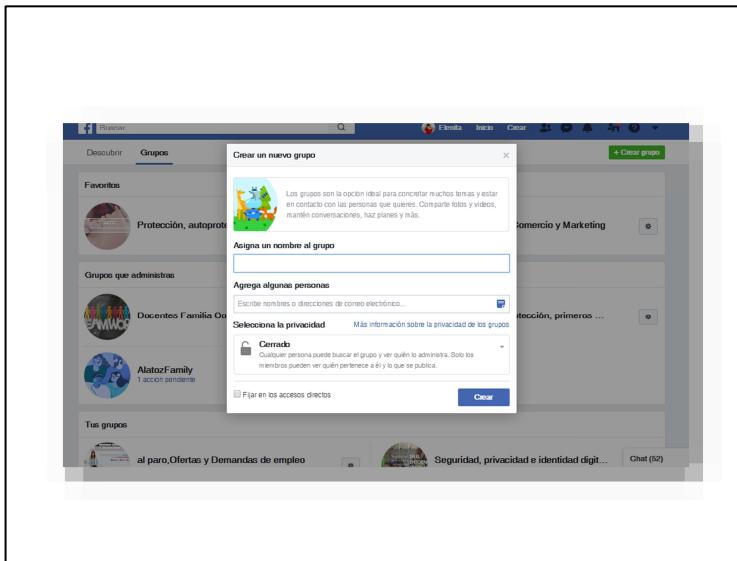
## GRUPOS

Cada día Facebook potencia más las estrategias en los grupos. Al crear los grupos ya estamos segmentando por intereses. La comunicación y las acciones, al estar más dirigidas, son más eficaces.

Desde nuestro perfil y nuestra página podemos crearlo. O desde la parte inferior izquierda o desde la parte superior derecha.



Estando en la sección inicio de nuestro perfil, podemos crear una página haciendo clic en el desplegable de la derecha o en la columna de la izquierda en la parte inferior.



Se puede crear desde perfil o página

Puede ser:

- público – se ve todo lo que se publica
- cerrado: se ve el grupo pero no el contenido
- secreto: no se ve nada

Te pide como mínimo un amigo

Tienen un buscador y un chat

Se puede vincular a las páginas

## INSTAGRAM

- 1 Es la Red por excelencia desde los 12 años.
- 2 El contenido multimedia e interactivo es el rey.
- 3 Va mermando a SnapChat con las Historias.
- 4 IGTV vídeos en vertical de 3 minutos.
- 5 Es la red que más crece.

Estas son las características principales de Instagram.

Es una red que crece constantemente, la que más tanto en usuarios como en media de edad.

El contenido principal y más usado en Instagram son las Stories o historias: duran 15 segundos y están visibles para los usuarios 24 horas. También se pueden hacer en directo sin límite de tiempo.

## YouTube

- 1 Es la Red de vídeos más grande del mundo.
- 2 El público son jóvenes y cada vez más de 18 a 49 años.
- 3 Interactividad que hasta ahora no permitía la TV.
- 4 El 70% de las reproducciones son desde el móvil.
- 5 Incrementa el 59% de la generación Z, el 49% en millenials (el 70% lo usan para aprender “algo”). TED-ed

Estas son las características principales de YouTube.

Fue creada en 2005 y comprada por Google solo un año más tarde.

Es la red social más grande en la que se comparten vídeos.

Permite una interactividad que, hasta ahora, no permitía la TV: comentarios, reproducir, parar, suscripciones...

Fuente: Alexa y Hootsuite

<https://blog.hootsuite.com/es/estadisticas-de-youtube/>

## TWITTER

- 1 Solo tiene perfil.
- 2 El contenido multimedia y además:
  - encuestas
  - listas
  - mensajes directos
  - periscope
  - momentos

Estas son las características principales de Twitter. Como vimos en clase es una red muy buena para temas muy concretos como educación, ciencia... pero es la red que más decrece en usuarios. Se ha convertido en la red del “insulto” y las fakenews.

En el apartado de publicaciones, veremos qué características tiene el mejor contenido de cada una de las redes.



Elena Martínez Royo  
Estrategia – Formación – Narración de Historias y