

Estrategias de comunicación digital

en la Administración Pública



Contenidos

Importancia de la visibilidad



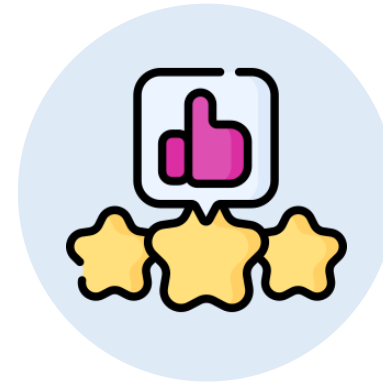
Gestión comunicación



Estrategias de comunicación



Canales digitales



“Lo que no se comunica, no existe”

Marshall McLuhan

(filósofo, erudito, sociólogo de la comunicación y profesor de literatura canadiense)

**Necesidad de comunicar y poner en valor,
no solo las acciones, sino el **sentido de las
acciones.****

Acceso directo a la ciudadanía

- **Información accesible:** Internet se ha convertido en la principal fuente de información para muchas personas. Una buena visibilidad asegura que la ciudadanía pueda encontrar fácilmente información sobre servicios municipales, trámites, eventos, noticias locales, normativas, presupuestos, etc. Esto fomenta la transparencia y facilita la participación ciudadana.



Acceso directo a la ciudadanía

- **Comunicación bidireccional:** Las plataformas online permiten a las entidades locales establecer canales de comunicación directos con la ciudadanía, responder a sus preguntas y resolver sus problemas de manera eficiente. Esto fortalece la confianza y la proximidad.



Acceso directo a la ciudadanía

- **Participación ciudadana:** A través de herramientas digitales, las entidades locales pueden involucrar a la ciudadanía en la toma de decisiones, realizar encuestas, abrir foros de debate y promover la participación activa en la vida local.



Web + RRSS



Multiplataforma



CMS

- CMS son las siglas de Content Management System (Sistema de Gestión de Contenidos).
- Herramienta que ayuda a crear, publicar y gestionar el contenido de sus páginas web





EL<CONTENIDO>[👑] ES EL REY

Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea

España – Portugal



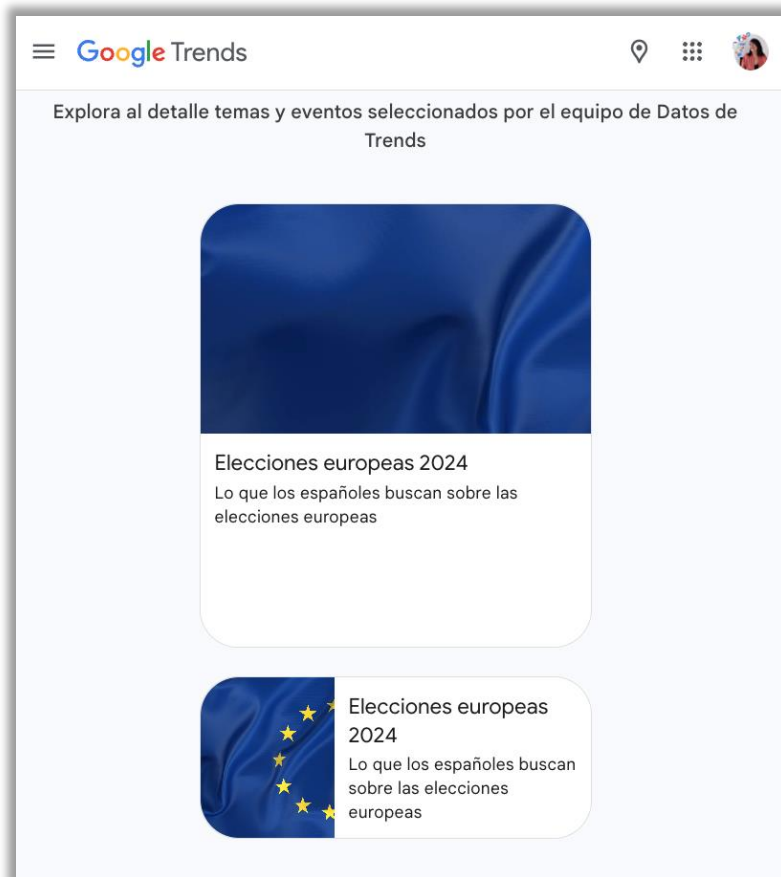
Ayuntamiento
Ponferrada

Escuchar de forma activa la Red



- “Ruido” social
- Conocer las características de los seguidores
- Detectar a “influencers”

Motores de escucha



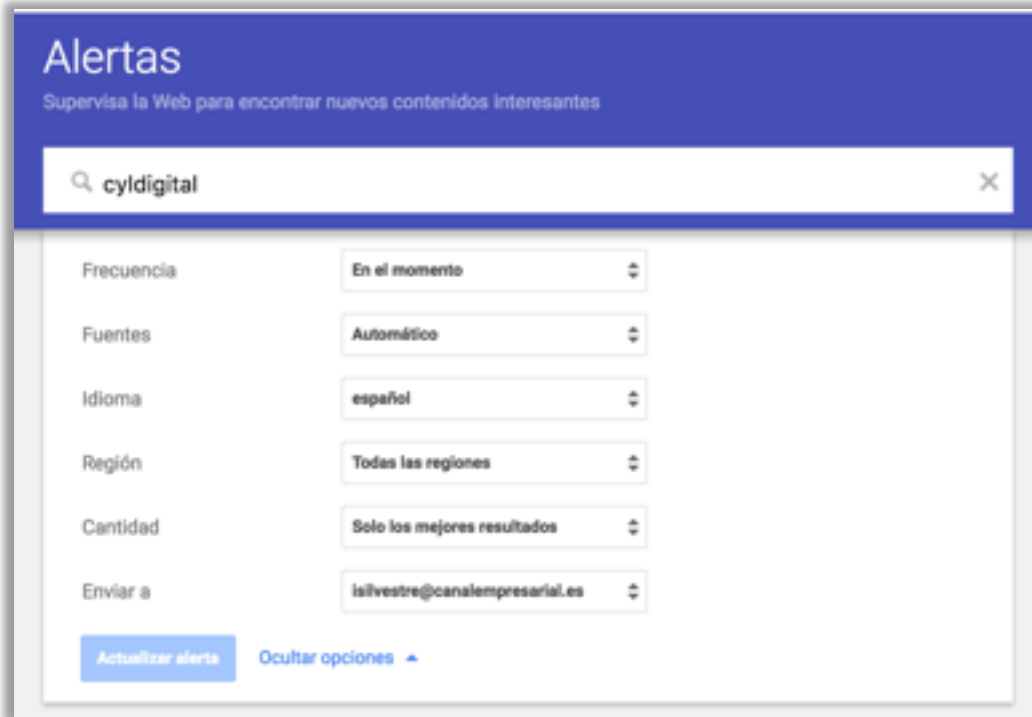
- Tendencias de búsqueda
- Ideas de contenido

trends.google.es

Motores de escucha



- Nombre de la marca
- Búsquedas de palabras clave



The screenshot shows the Google Alerts setup page. At the top, it says 'Alertas' and 'Supervisa la Web para encontrar nuevos contenidos interesantes'. Below this is a search bar containing 'cyldigital'. Under the search bar, there are several settings: 'Frecuencia' set to 'En el momento', 'Fuentes' set to 'Automático', 'Idioma' set to 'español', 'Región' set to 'Todas las regiones', 'Cantidad' set to 'Solo los mejores resultados', and 'Enviar a' set to 'silvestre@canalempresaria.es'. At the bottom left, there is a blue button labeled 'Actualizar alerta' and a link 'Ocultar opciones'.

www.google.es/alerts

Comparte contenido de interés



- Guarda enlaces de publicaciones

getpocket.com

Interreg



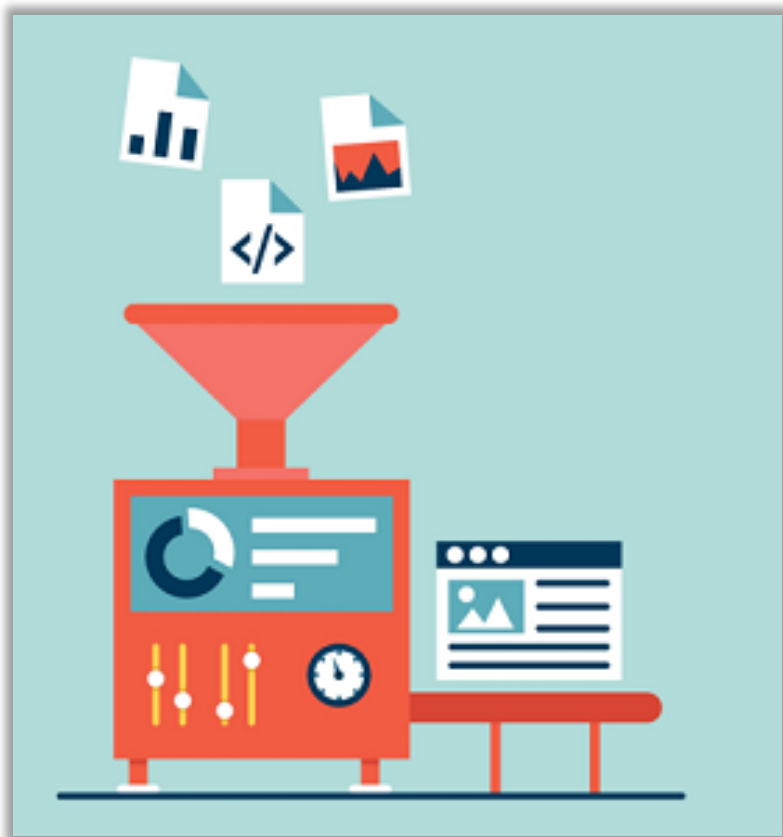
Cofinanciado por
la Unión Europea

España – Portugal



Ayuntamiento
Ponferrada

Hacer crecer la Comunidad y fidelizar



- Contenido de valor
- Visibilidad de publicaciones

Comunica de forma visual



www.canva.com

- Editor online
- Medidas de imágenes para RRSS (portadas, post, etc)



[Descargar Guía](#)

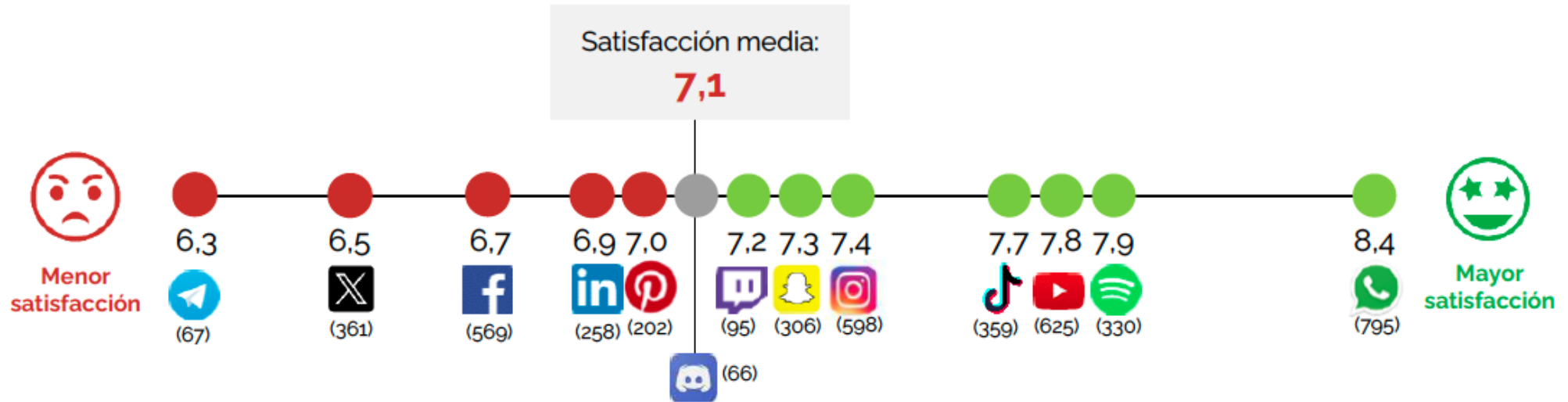
Caso “El caloret”



- Publicar disculpa en diferentes formatos
- Campaña de publicidad localizada y segmentada

Satisfacción

Whatsapp sigue siendo la Red Social **mejor valorada entre sus usuarios**, seguida de **Spotify, YouTube y TikTok**. **BeReal, Reddit** (con bases pequeñas) **y Telegram** pierden valoración y **pierden varias posiciones**. Por otro lado, **Snapchat, Discord y Tinder** adelantan otras RRSS gracias a **la mejor percepción**.

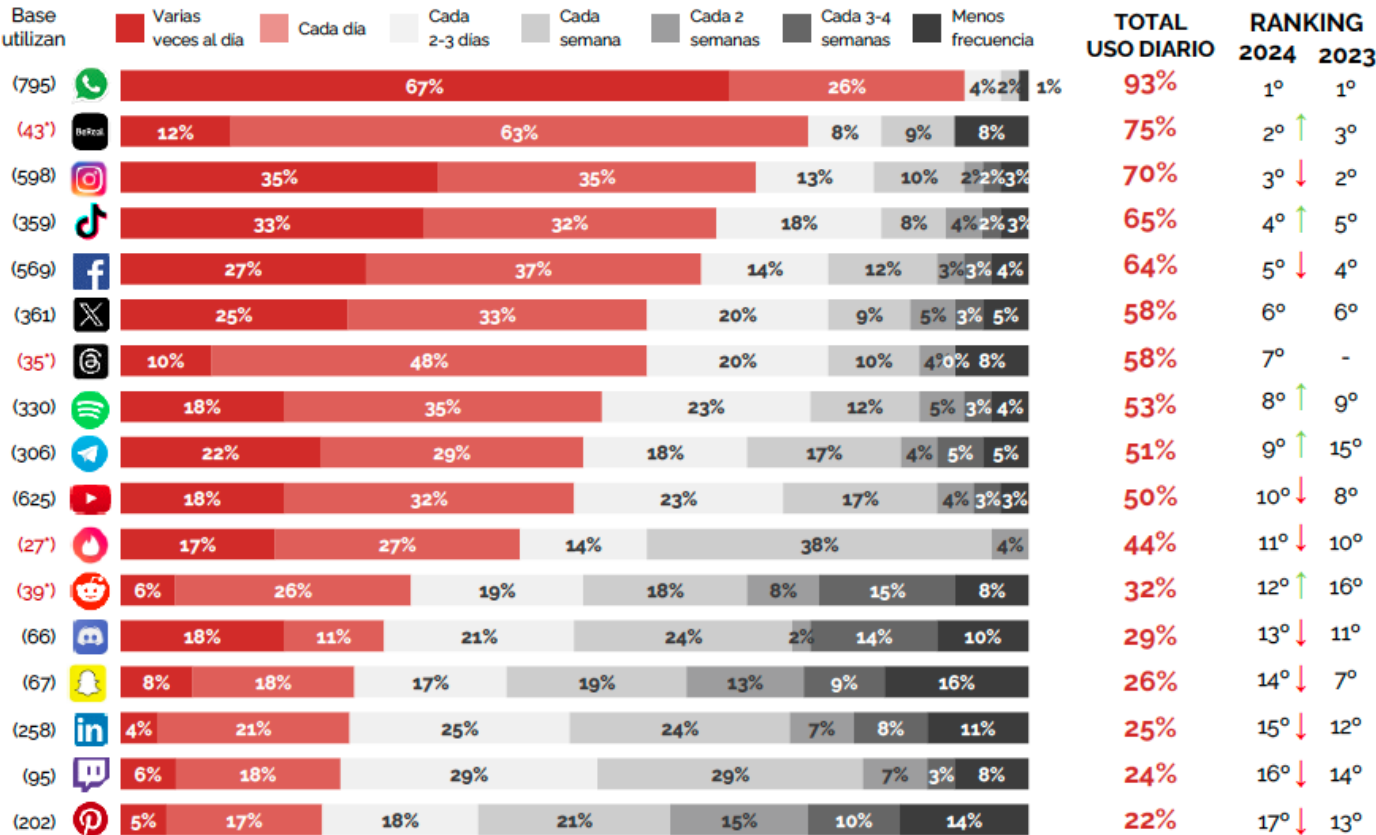


Estudio Redes Sociales 2024 iab

Mayor frecuencia de uso

WhatsApp, BeReal e Instagram siguen siendo las Redes Sociales que se usan con mayor frecuencia (BeReal le quita la 2ª posición a Instagram, principalmente por su uso único al día, aunque la base es pequeña).

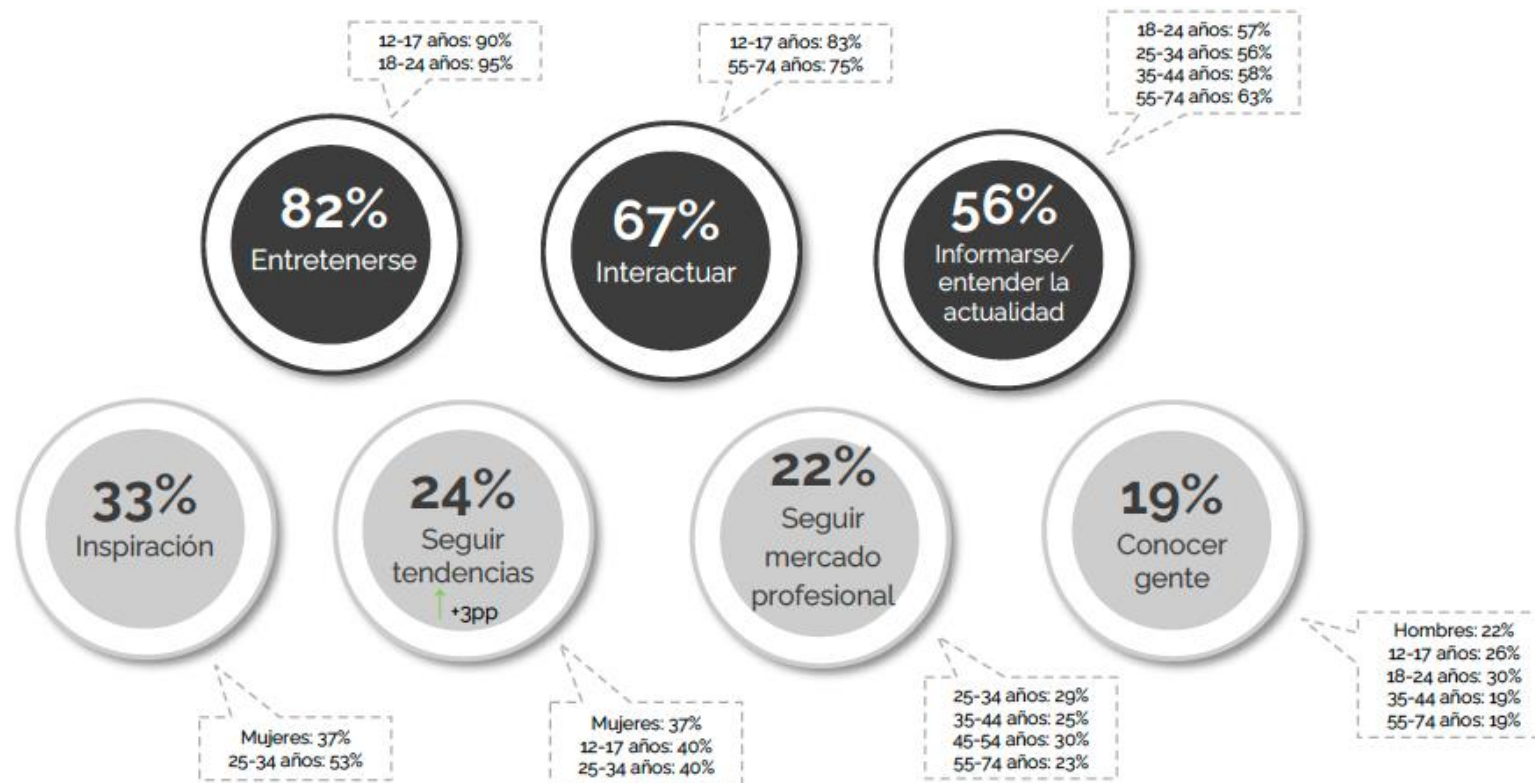
TikTok adelanta a Facebook y se consolidan en 4ª y 5ª posición respectivamente. Threads se posiciona 7ª en su primer año (también con una base pequeña).



Estudio Anual Redes Sociales 2024

Estudio Redes Sociales 2024 iab

¿Para qué se usan?



Estudio Redes Sociales 2024 iab

Interreg



Cofinanciado por
la Unión Europea

España – Portugal



Ayuntamiento
Ponferrada

Crea el Buyer Persona al que te dirigirás

Un buyer persona es una representación semificticia del usuario ideal, para humanizar y dirigir de forma más eficaz las publicaciones.

[Herramienta para crear un Buyer Persona](#)



¿Por qué es importante este paso?

Primero, elige un nombre para humanizar a tu buyer persona. Si le pones un nombre y un avatar, ☒drás visualizar el buyer ☐ persona como una persona real.

Consejo profesional: Asigne un nombre relacionado con la industria, como María Marketing o Fabio Finanzas. Así será más

Paso 1/7: Crear el avatar

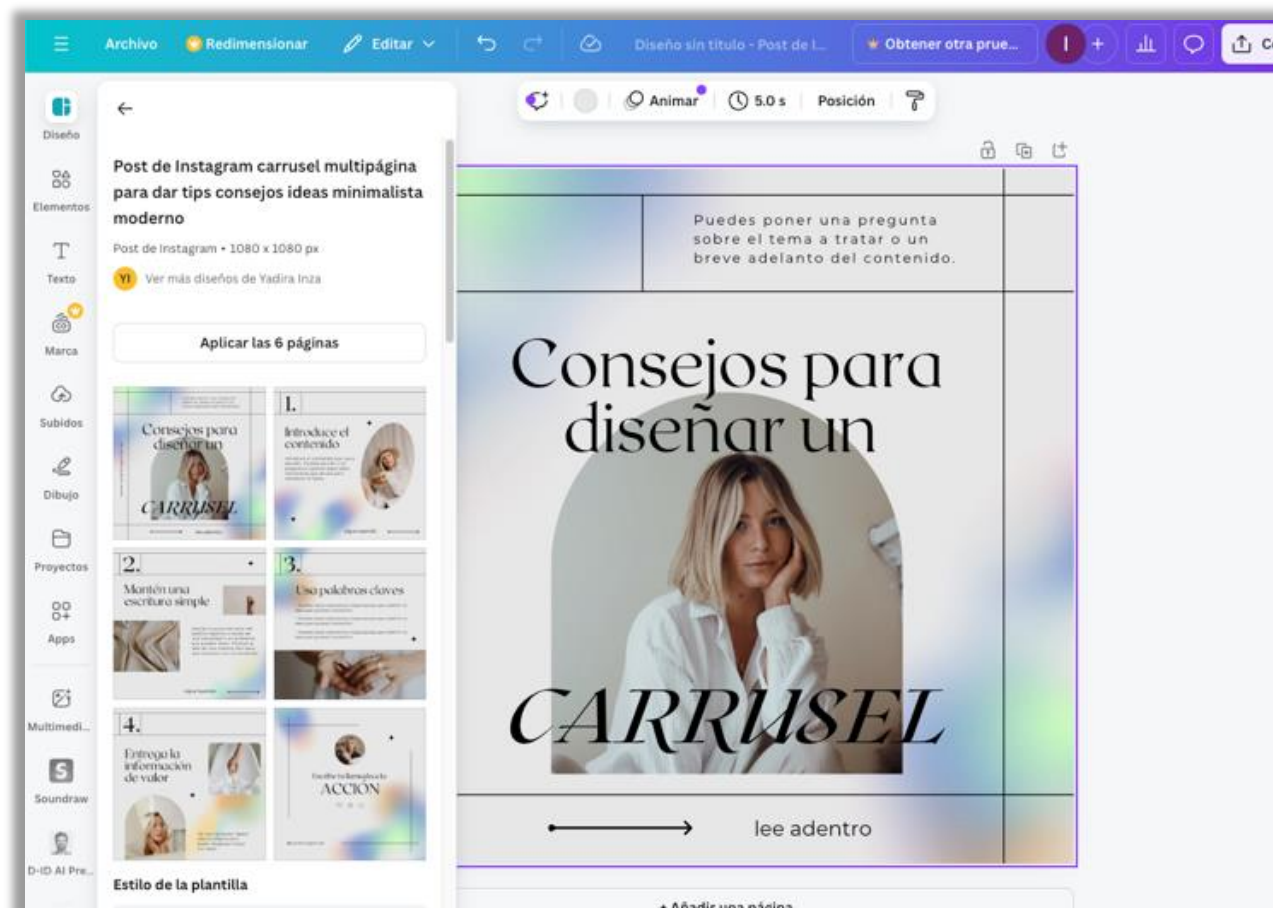
Selecciona un avatar



Tipos de publicaciones

Consulta los diferentes tipos de publicaciones:

- [Twitter](#)
- [Instagram](#)
- [Pinterest](#)
- [Facebook](#)
- [LinkedIn](#)
- [TikTok](#)

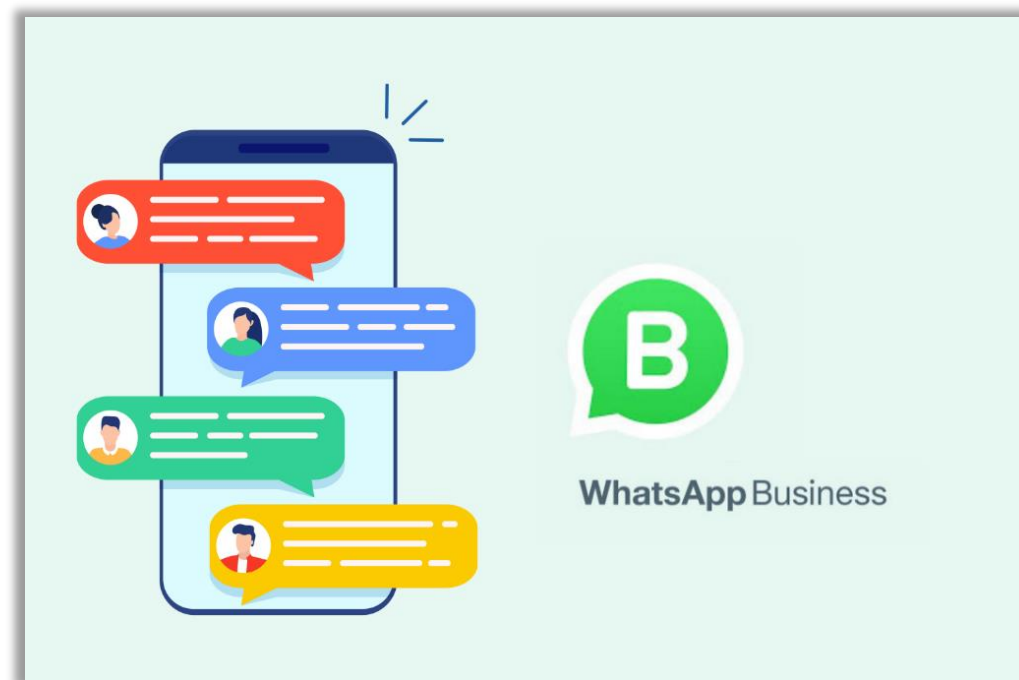


Tipos de cuentas

- **Cuenta de Empresa en Instagram.** Ofrece herramientas de análisis y la posibilidad de promocionar publicaciones.
- **Perfil de Empresa en X (antes Twitter).** Permite compartir noticias, actualizaciones y contenido en tiempo real.
- **Página de Empresa en LinkedIn.** Destinado a compartir noticias corporativas, oportunidades de empleo y contenido profesional.
- **Canal de Marca en YouTube.** Útil para compartir vídeos promocionales, tutoriales, webinars y otros contenidos audiovisuales.
- **Cuenta de Empresa en TikTok.** Permite crear y compartir vídeos cortos y creativos.
- **Perfil de Empresa en Pinterest.** Útil para compartir contenido visual como infografías, fotos de productos y otros recursos gráficos.

WhatsApp Business

- **Permite interactuar directamente con la audiencia a través de mensajes.**
- **Es útil para soporte al usuario y dar difusión a eventos o actividades.**



[Respuesta sobre WhatsApp Business](#)

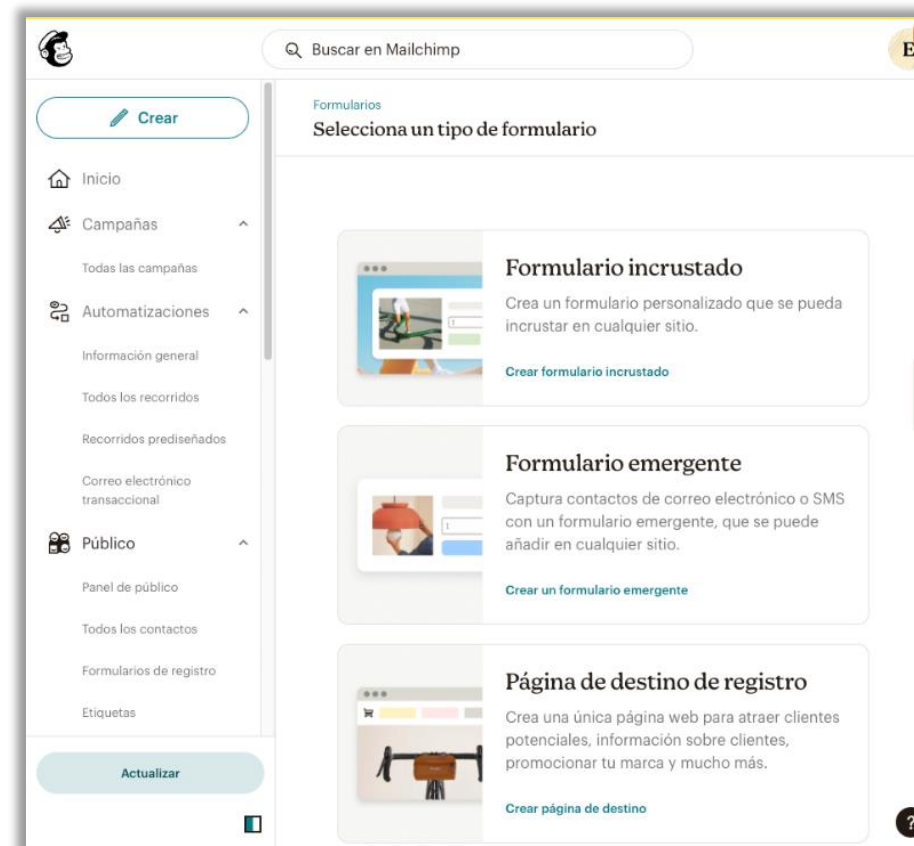
Newsletter

Se conoce como newsletter al formato digital que se envía por correo electrónico a una base de suscriptores, de manera periódica, con la finalidad de reforzar el vínculo.



Newsletter

- **Selecciona el objetivo del Boletín o de la Newsletter.**
- **Elige una plataforma de envío de Boletín o Newsletter.**
- **Crea un diseño y texto atractivos.**
- **Personaliza y prepara el envío del Boletín o de la Newsletter**
- **Haz el envío y comprueba los resultados.**



¡¡Muchas Gracias!!