

Guía para los medios sociales para clubes y regiones

¡Aproveche el poder de los medios sociales!

- Visión General
- Política sobre los Medios Sociales
- Sitios de medios sociales que funcionan para organizaciones sin fines de lucro
- Aproveche al máximo los medios sociales para su club
- Crear conciencia a través de los medios sociales
- Involucrar a las socias a través de los medios sociales
- Comparta con nosotras
- Síguenos

Visión General

los medios sociales han cambiado la forma en la que compartimos información y nos comunicamos con otros. Si su club no tiene ya presencia en los medios sociales, ¡ahora es el momento de crearla!

- Conocer lo que dicen sus seguidores acerca de su organización
- Dirigir el tráfico a su sitio web o páginas de eventos
- Dirigir a los visitantes a páginas de donaciones en línea y recaudaciones de fondos
- Permitir que los seguidores compartan mensajes sobre su organización a través de su presencia en los medios sociales
- Empoderar a sus seguidores más apasionados e influyentes para promover su organización
- Humanizar a su organización sin limitar las comunicaciones a los métodos o mensajes tradicionales
- Adquirir nuevos contactos y seguidores

- Aumentar la confianza y lealtad de sus seguidores permitiéndoles compartir su voz

Muchos de nuestros clubes/regiones usan los medios sociales de varias formas, incluyendo:

- Involucrarse con las socias a nivel local y alrededor del mundo
- Crear toma de consciencia sobre los Programas de Sueños y su impacto
- Promover las actividades del club/región, los proyectos y eventos
- Promover las iniciativas para la recaudación de fondos
- Compartir las noticias de la Sede Central
- Atraer a nuevas socias

Política sobre los Medios Sociales

Cuando su club elige usar los medios sociales, es importante tener en cuenta ciertos estándares, especialmente cuando usa el nombre y la marca Soroptimist. Todo lo que publique o comparta se refleja en Soroptimist. Antes de publicar, considere las siguientes recomendaciones.

Sea consciente de la marca

Seamos quienes decimos que somos. Es importante que la marca Soroptimist brille en su presencia en línea. Cada pieza de contenido que comparta debe ser compatible con la marca Soroptimist y nuestra misión. Utilice los identificadores de marca de Soroptimist, incluido el logotipo de la marca registrada, como parte de su foto de perfil. Vea la [Guía de SIA sobre Desarrollo de la Marca y Estilo](#) para más información.

Sea responsable

Los medios sociales son "la vida real". Su comunicación en los medios sociales no es diferente a la comunicación en un foro público, excepto que sus publicaciones se convierten en una parte permanente del universo de Internet. Cualquier cosa considerada inapropiada fuera de línea también es inapropiada en línea. Siempre piense dos veces antes de publicar. ;En caso de duda, es mejor prevenir que curar!

Sea considerada

Soroptimist está compuesta por socias y amigos de más de 100 países de todo el mundo. Tenga en cuenta lo que se considera un comportamiento apropiado para su país y cultura y cómo se pueden percibir sus palabras, acciones e imágenes. Conozca a su audiencia y piense antes de publicar.

Sea respetuosa

Los medios sociales proporcionan un lugar para fomentar la comunidad y la conversación. El contenido positivo y negativo son partes legítimas de cualquier conversación. Está bien aceptar lo bueno y lo malo, pero no lo feo.

Tenga en cuenta las relaciones

Piense en crear conexiones amigas / fans / seguidoras. Muchas veces no puede controlar a alguien que comparte su contenido o que la agrega a usted a sus conexiones, obteniendo así acceso a su contenido.

Sea imparcial

Soroptimist no toma posturas políticas. Puede usar los medios sociales para hablar sobre funcionarios públicos, candidatos, leyes o legislación, siempre que esos mensajes no sugieran apoyo u oposición a dichos funcionarios públicos o candidatos.

Sitios de redes sociales que funcionan para organizaciones sin fines de lucro

Las organizaciones sin fines de lucro han tenido una gran experiencia con todo tipo de plataformas sociales diferentes. Los clubes / regiones de Soroptimist se pueden encontrar en muchos sitios, incluidos Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, LinkedIn, Snapchat y Pinterest. El uso del sitio de redes sociales varía según el país. Use los sitios de redes sociales que funcionen mejor para usted y generen la mayor participación dentro de su comunidad en línea. A continuación se muestran los sitios que usa SIA, y también pueden valer la pena para su club / región. **Nota:** Los clubes deben registrarse como un negocio y no un perfil personal o grupo.

Facebook

Facebook es la mayor plataforma de redes sociales, con 2. 27 mil millones de usuarios en todo el mundo. De todos los sitios de redes sociales que usa SIA, Facebook tiene la mayor cantidad de seguidores, y actualmente es donde SIA pasa la mayor parte de su "tiempo en redes sociales". Facebook les da a las organizaciones sin fines de lucro las herramientas e ideas para involucrar a las personas en sus causas y amplificar sus objetivos. Facebook es un gran lugar para compartir noticias sobre proyectos, eventos y recaudaciones de fondos de clubes / regiones. Use imágenes y videos tanto como pueda, ya que hacen que sus publicaciones sean más notables y atractivas. Si su club no tiene la experiencia o el tiempo para crear y

mantener un sitio web del club, Facebook es una excelente manera de mostrar los esfuerzos de su club. También puede compartir publicaciones directamente desde las Páginas de Facebook. de [SIA](#) y [LiveYourDream.org](#). Nota: Para los negocios del club, es mejor usar el correo electrónico y no su Facebook u otras páginas de redes sociales.

Instagram

Instagram se trata de ser visual. Instagram es propiedad de Facebook y es más popular entre las generaciones más jóvenes. Instagram también se ha hecho un nombre por sí mismo, no solo como un lugar para publicar fotos, sino como una plataforma crucial para que las empresas compartan sus productos, la cultura de la empresa y las historias. Las organizaciones sin fines de lucro pueden aprovechar Instagram para compartir su misión, abogar por el apoyo, solicitar donaciones y mostrar impacto utilizando los medios visuales.

Twitter

Twitter es un sitio de red de microblogging, donde las personas se comunican en mensajes cortos llamados tweets. Cada tweet está limitado a 280 caracteres o menos. Esto hace que todo sea muy fácil de navegar, por lo que es ideal para nuestro mundo de corta capacidad de atención. Por otro lado, el límite de caracteres hace que sea difícil compartir una historia convincente sin tener que vincularla en otro sitio.

YouTube

Lo que Instagram presenta con imágenes, YouTube lo hace con videos. YouTube es un servicio para compartir videos donde los usuarios pueden ver, dar un “me gusta”, compartir, comentar y cargar sus propios videos. Puede compartir sus videos de YouTube directamente a la página de Facebook de su club / región. Nota: Su club / región podría usar Facebook como su plataforma para compartir videos y reducir la cantidad de sitios de redes sociales que usa.

LinkedIn

LinkedIn es un sitio para que personas profesionales y de negocios puedan interactuar. Muchas organizaciones sin fines de lucro también usan LinkedIn. De hecho, varios clubes Soroptimistas tienen páginas de LinkedIn. Debido a que LinkedIn se dirige a un público con mentalidad profesional, podría ser una

plataforma valiosa para su club / región para impulsar algunos de los beneficios de desarrollo de liderazgo de ser Soroptimista. La página de LinkedIn de SIA está orientada al desarrollo de liderazgo y comparte algunos de nuestros recursos y conocimientos sobre el tema.

Como puede ver, hay muchos sitios de medios sociales disponibles. Elija los que funcionen mejor para su club/región.

Aproveche al máximo los medios sociales para su club

Para aprovechar al máximo los medios sociales para su club, es una buena idea crear un plan. Tener un plan de ataque puede ayudarle a cumplir mejor sus objetivos de medios sociales.

Determine su estrategia

¿Cómo planea usar los medios sociales? ¿Cuál es su objetivo? Como se mencionó anteriormente, los clubes / regiones pueden usar los medios sociales de varias maneras. Determine qué formas funcionan mejor para usted.

Determine qué sitios de medios sociales usar

Puede usar tantos sitios sociales como quiera, pero no se comprometa demasiado. El tiempo siempre es un factor para organizaciones sin fines de lucro / socias, así que téngalo en cuenta cuando te registre en varios sitios sociales. Es mejor publicar información informativa y atractiva en solo unos pocos sitios, en lugar de tratar de mantenerse al día con una docena de plataformas diferentes.

Designe un comité de medios sociales

No tiene que depender de una sola persona para hacer todas las publicaciones, especialmente si su club tiene múltiples páginas de medios sociales. Forme un equipo y determine quién publicará dónde.

Haga un calendario

Por supuesto, algunas publicaciones serán espontáneas y se basarán en lo que sucede en tiempo real. ¡De eso se tratan los medios sociales! Pero su club / región puede planificar otras cosas que ya sabe que se avecinan. Por ejemplo, programe una publicación sobre la fecha límite de solicitud para su *Premio Vive tu*

sueño o su próximo proyecto para Sueñalo. Puedes Lograrlo. Si lo planea con anticipación, puede asegurarse de que sus páginas siempre tengan contenido nuevo.

Sea consistente

¿Con qué frecuencia debe publicar? Intente publicar al menos una vez al día en cada plataforma. Si puede publicar más frecuentemente, hágalo. Sin embargo, la clave para la participación en los medios sociales es la coherencia, por lo tanto, establezca un cronograma de frecuencia que pueda cumplir. Por eso es útil tener un equipo de medios sociales. Una regla general a tener en cuenta es que si publica varias veces al día en la misma página, intente difundir los mensajes con al menos algunas horas de diferencia.

Crear Conciencia A Través De Los Medios Sociales

La mejor manera de aumentar el reconocimiento de nuestra marca es participar y promover los Programas de Sueño. Estos programas son un verdadero testimonio de lo que Soroptimist representa y lo que nos esforzamos por hacer. La promoción de estos programas también ayuda a ampliar nuestro alcance al atraer a más solicitantes; atractivo para aquellos que desean tener un impacto al donar a una buena causa; y darnos a conocer al gran público, lo que ayuda a aumentar nuestro reconocimiento global. Los medios sociales son otra herramienta para promover estos programas.

Beneficios de usar los medios sociales para crear conciencia

Una de las principales formas en que las personas usan los medios sociales es como fuente de noticias. Los medios de comunicación, a su vez, usan los medios sociales para compartir y promover historias de noticias porque saben que ahí es donde sus audiencias obtienen sus noticias.

Uno de los desafíos que enfrentan muchos clubes es obtener una nueva cobertura. Aunque las noticias del club son importantes, a menudo las noticias más importantes tienen prioridad en un periódico local. Ese es el destino de los medios tradicionales. Su club debe confiar en un periodista para cubrir su historia. Pero cuando se trata de medios sociales, los clubes tienen una mejor oportunidad de que más personas vean su contenido sin tener que preocuparse por los desafíos de los medios tradicionales. Los medios sociales son mucho más atractivos; fomentan la comunicación bidireccional; y tienen un grupo de seguidores interesados en ver su información.

Promocionando su club en los medios sociales

Compartir los proyectos de su club en los medios sociales siempre es una excelente manera de aumentar la conciencia. Teniendo en cuenta los eventos recientes, hacer proyectos prácticos se ha vuelto bastante difícil. Pero eso no ha impedido que los clubes ayuden a las mujeres y niñas en sus comunidades. Las mujeres y las niñas a las que servimos necesitan nuestra ayuda, ahora más que nunca. Los clubes continúan garantizando que las mujeres y las niñas tengan su apoyo ajustando sus actividades y su forma de trabajar.

Ideas para promocionar Soroptimist, su club y nuestros Programas de Sueños en los medios sociales:

➤ **Comparta cómo su club se ha adaptado y funciona de manera diferente para ayudar a las mujeres y niñas de su comunidad.**

Por ejemplo, estas actividades son muy interesantes y vale la pena promoverlas:

- Presentar premios y certificados a sus beneficiadas del *Premio Vive tu sueño* mientras practicamos distanciamiento social.
- Ir más allá del premio en efectivo y brindar apoyo continuo a sus beneficiadas del *Premio Vive tu sueño* de varias maneras.
- Organizando de una celebración virtual de premios en honor a las beneficiadas.
- Conectándose con las participantes de *Suéñalo, Puedes Lograrlo* a través de Zoom.
- Convertir un evento de recaudación de fondos en una recaudación de fondos virtual (consulte los recursos de recaudación de fondos para obtener herramientas de recaudación de fondos en línea).

Publique fotos y comparta las historias detrás de este tipo de actividades en sus páginas de medios sociales. No solo destacan el gran trabajo que está haciendo su club; también muestran su capacidad de recuperación y dedicación para ayudar a las mujeres y las niñas sin importar qué.

➤ **Involucre a sus medios locales de noticias**

Los medios saben que sus audiencias están en los medios sociales, por lo que también tienen una fuerte presencia allí. Pruebe estos consejos para atraer a los medios locales y animarlos a promover y compartir sus historias:

- Etiquete los medios locales en publicaciones de interés periodístico. Normalmente, cuando envía un comunicado de prensa tradicional a un periódico tradicional, busca al periodista más apropiado que cubre ese tema y se lo envía directamente a él. En el mundo de los medios sociales, en lugar de enviar un comunicado de prensa, usted escribiría una breve publicación, incluyendo una imagen y etiquetando a ese periodista y periódico en su publicación para que sus noticias les llamen la atención. Aquí le mostramos cómo etiquetar a una persona, organización o empresa en su publicación: <https://www.ocreativedesign.com/using-hashtags-tagging-social-media-strategy/>.
- Haga clic en Me gusta / siga las páginas de todos sus medios locales y comparta los proyectos de su club en sus medios sociales también
- ¿Sus medios locales usan ciertos hashtags para recopilar ciertos temas de noticias? Descubra cuáles son mirando sus páginas de medios sociales y úselas en sus publicaciones. Por ejemplo, una estación de noticias puede usar un hashtag para promover buenas noticias o compartir lo que está sucediendo en la comunidad (ej. #GoodNewsCincinnati). Más información sobre hashtags a continuación.

➤ Use hashtags para amplificar su mensaje

Los hashtags son una gran herramienta para amplificar su mensaje y llamar la atención sobre una determinada causa o evento (ej., #SorooptimistsAtWork, #SIAConv2020). No son solo para atraer a los medios. Son útiles para cualquier persona que busque información sobre un tema o tendencia.

- Crear expectativa para su club es seguir las tendencias locales. Los hashtags como #LocalGov, #Engage2Act, #ShopLocal y #eParticipation ya generan bastante atención, por lo que al usar esos hashtags, el trabajo que realiza en su comunidad puede vincularse a una tendencia continua y atraer la atención de más personas .
- ¿Su ciudad usa un hashtag especial? Vea qué otros hashtags y tendencias son populares en su comunidad e inclúyalos en sus publicaciones al compartir noticias del club también. Es posible que deba buscar en el sitio web de su municipio local o en las páginas de medios sociales para saber cuáles son.

Los hashtags que SIA usa típicamente incluyen: #SorooptimistsAtWork #SorooptimistDreamPrograms #LiveYourDreamAwards #DreamItBelt #SpotlightSorooptimist #SIAConv2020

Recurso:

- Cómo usar hashtags para hacer que su contenido pueda buscarse: <https://www.postplanner.com/how-to-use-hashtags-on-facebook/>

➤ **Involucre a sus seguidores**

Conozca a sus seguidores en los medios sociales a medida que ellos la conocen a usted. Recuerde, los medios sociales tienen que ver con la comunicación bidireccional.

- Publique preguntas para que sus seguidores piensen en varios temas.
- Proporcione actividades divertidas para los seguidores. A todos les gusta compartir sus cosas favoritas. Pídale que compartan una foto de su mascota, un libro que estén leyendo actualmente o una receta que hayan hecho recientemente.

➤ **Use el video**

Los videos han demostrado ser una de las formas más efectivas de interactuar en los medios sociales, ganando más atención que las fotos o el texto solo. Crear contenido de video en vivo es tan simple como usar la cámara de su teléfono celular. Además, las personas pueden grabarse a sí mismas sin tener que preocuparse por el distanciamiento social.

Ideas para aprovechar el impacto del video en sus páginas de medios sociales:

- Publique un video de su beneficiada del premio compartiendo su historia.
- ¿Tiene un evento próximamente? Grabe un video rápido hablando sobre el evento, cuándo es y cómo las personas pueden involucrarse.
- Haga videos destacados sobre las socias. Por Ejemplo:
 - ¿Está induciendo a una nueva socia al club? Pídale a la nueva socia que se presente con un video corto: *"Hola, mi nombre es Maggie y estoy emocionada de unirte a Soroptimist porque ..."*
 - Entreviste a las socias que celebran un aniversario significativo como socias de su club.
 - Pídale a las socias que se graben hablando sobre su sueño para las mujeres y niñas del mundo.

- Pídale a las socias que graben un video corto sobre lo que más les gusta de ser Soroptimistas.

➤ **Cuando use los medios sociales para crear conciencia, no olvide**

- Asegurarse de que la cuenta de medios sociales de su club sirva como una extensión de la marca Soroptimist.
- Usar los medios sociales de manera consistente.
- Publicar noticias oportunas.
- Compartir fotos y videos para que sus publicaciones sean más atractivas.
- Usar hashtags cuando pueda.
- Etiquetar los medios locales en publicaciones de interés periodístico.

Involucrar a las socias a través de los medios sociales

Ahora, más que nunca, queremos y necesitamos poder interactuar fácil y rápidamente con nuestras socias y clubes. Como los medios sociales permiten la comunicación bidireccional, ¡hace que ese compromiso sea tan simple! Aquí hay algunas ideas para comenzar.

➤ **Compartir noticias y actualizaciones de las socias, destacar a las socias con videos y personalizar a sus seguidores ofreciéndoles actividades divertidas**

- Comparta noticias y actualizaciones para socias.
- Publique un agradecimiento a las socias en la página de medios sociales de su club por hacer algo agradable en la comunidad.
- Reconozca a las socias por algo significativo, como un cumpleaños, aniversario del club o recibir un premio.
- Los videos han demostrado ser una de las formas más efectivas de involucrar a las personas en los medios sociales. Destaque a las socias a través de video. Por Ejemplo:
 - ¿Está induciendo a una nueva socia al club? Pídale a la nueva socia que se presente con un video corto: *"Hola, mi nombre es Maggie y estoy emocionada de unirme a Soroptimist porque ..."*
 - Entreviste a las socias que celebran un aniversario significativo como socias de su club.

- Pídale a las socias que se graben hablando sobre su sueño para las mujeres y niñas del mundo.
- Pídale a las socias que graben un video corto sobre lo que más les gusta de ser Soroptimistas.
- Publique preguntas para obtener las opiniones de sus seguidores (incluidas las socias) sobre diversos temas.
- Proporcione actividades divertidas para los seguidores. A todos les gusta compartir sus cosas favoritas. Pídale que compartan una foto de su mascota, un libro que estén leyendo actualmente o una receta que hayan hecho recientemente.

Comparta con nosotras

SIA quisiera saber qué sitios de redes sociales usa su club / región. ¡Envíe un enlace por correo electrónico a sus sitios de redes sociales a sianetwork@soroptimist.org para que podamos seguirla!

Otros recursos para usar los medios sociales

<https://blog.btrax.com/2015-top-japanese-social-media-networks-2/>

<https://www.as-coa.org/articles/weekly-chart-where-latin-americans-are-social-media>

<http://gs.statcounter.com/social-media-stats/all/north-america>

<https://blog.bufferapp.com/social-media-for-businesses>

<https://blog.hootsuite.com/social-media-for-business/>

<https://www.businessnewsdaily.com/7832-social-media-for-business.html>