

Mejores prácticas para las redes sociales

Prácticas recomendadas

- Se recomienda que publique del mismo tema en varias plataformas, pero adecúe el contenido a cada una para aprovecharlas al máximo.
 - Facebook: use, imágenes, etiquetas y espacios para que su publicación sea visualmente atractiva. Las publicaciones largas funcionan bien si en el primer enunciado tiene un “gancho” que tiene a sus seguidores a seguir leyendo.
 - Instagram: necesitará una imagen fuerte e impactante, de modo que no necesite publicar en Instagram tan seguido. Asegúrese de usar hashtags y de etiquetar otras cuentas.
 - LinkedIn: el contenido debe ceñirse a lo profesional. No necesita imágenes, pero los enlaces a historias y blogs pueden servir de mucho.
- **Publique constantemente.** Las redes sociales recompensan a quienes publican con frecuencia y generan un involucramiento constante. Publicar una vez al día en Twitter y un par de veces en Facebook e Instagram es suficiente.
- **Existen herramientas de programación gratuitas** en Instagram, Facebook y Twitter que le permiten calendarizar el contenido del mes o de la semana con anticipación. Encuentre más adelante los enlaces a las herramientas de programación.
- **Repita lo que sí funcione.** Si ve que su público está reaccionando bien a cierto tipo de contenido o mensaje, publique más cosas de ese tipo.
- **Cuente historias.** Por ejemplo, cuente la historia de cómo un voluntario está marcando una diferencia importante en su comunidad o de un miembro de su comunidad en el que el trabajo que usted realiza haya dejado huella. Luego hágales saber a los demás de qué manera pueden involucrarse también.
- **Incluya un llamado a la acción.** Toda publicación debería tener un llamado a la acción. Algunos ejemplos son los siguientes:
 - Averigüe más:
 - Acompáñenos:
 - Involúcrese:
 - Inscríbese ya:
 - Lea la historia completa:
- **Lleve un calendario editorial.** La constancia es clave para generar confianza. Cree un calendario editorial para asegurarse de que su contenido esté programado, incluso en los días más ocupados. Un calendario bien organizado también puede ayudar con las revisiones internas (de modo que alguien puede revisar todo el contenido de la semana de una sola vez) y hacer más fácil el seguimiento de las métricas.

Para consultar el ejemplo de una plantilla de calendario y evaluación de contenido editorial, [haga clic aquí](#).

