

COMO UTILIZAR LAS REDES SOCIALES PARA CAMPAÑAS DE IMPACTO.



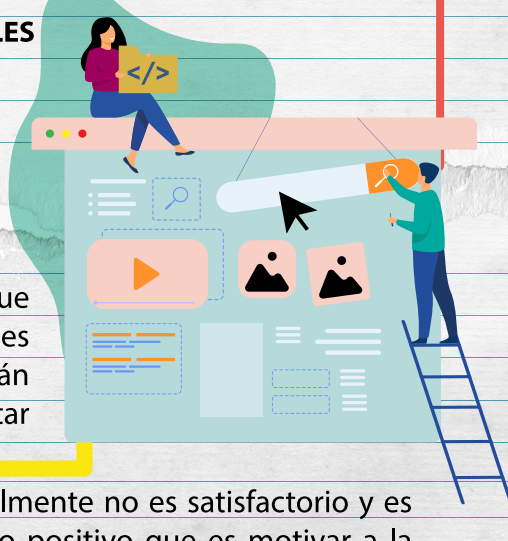
Las redes sociales pueden ser un instrumento poderoso para comunicar nuestros mensajes de cambio, por eso es importante saber algunas cosas básicas para generar contenidos que sean efectivos.

TIPS BÁSICOS PARA REDES SOCIALES

- Alimentar al "Dios" algoritmo
- Lidar con la frustración
- Motivar a la audiencia
- Construir comunidad
- No deprimirse en el intento

Las redes sociales tiene algoritmos que están cambiando todo el tiempo, es importante saber en qué momento están cambiando estos algoritmos para estar en esas conversaciones.

Lidar con la frustración es porque realmente no es satisfactorio y es extenuante, pero permite un resultado positivo que es motivar a la audiencia.



Un error que amenudo sucede en la elaboración de piezas de proyectos, es no tener en presente que cada publicación tiene que ser un producto auto contenido, que enganche a la audiencia desde el primer segundo que la vean.

"Pensar que se está compitiendo con videos de gatitos, recetas de comidas y con gente bella"

Para competir con ellos se debe ganar por "knock out", cautivando a la audiencia, pensando desde lo audiovisual qué se hace para la promoción de mensajes con un propósito. *¿Qué se quiere lograr con un video, con un reel o con un mensaje?, ¿Quiero lograr que la gente responda, que se preocupen, que se emocionen?*



"Desde la primera frase se debe decir por qué se tiene que quedar a ver esto"

Estamos en la era de la economía de la atención, el dinero de la gente está en la atención; y el problema es que hay una sobredosis de oferta.

¿Qué le estoy dando a la audiencia como contenido para que vaya y lo difunda? ¿Qué les aporta?, ¿Por qué quieren ayudar y aportar?.

"Evitar perder la menor audiencia posible"

Dentro de los proyectos de impacto una sola investigación puede servir para ser traducida en diversos formatos. Pensar en cómo se puede desmenuzar en fragmentos y contextualizar contenido para llevarse a las redes sociales



¿QUÉ SIRVE EN REDES SOCIALES?



1. Despertar emociones

Idealmente una emoción por cada producto, porque si la audiencia se confunde con temas complejos no despierta emoción.

2. Generar indignación

"Esto está pasando y alguien no quiere que sepas", acapara atención. Ojo con caer en amarillismos.

3. Información

"Te voy a contar algo que no sabías". Un marco interpretativo de la realidad de forma llamativa.

4. Explicación

Té voy a resolver esta duda que tienes.

5. Fundamental

Cumplir las promesas que se hacen, porque redes sociales están llenas de mentiras.

6. Clave

Un llamado a la acción "¿Ustedes que piensan de esto?", "¿Usted qué haría?" estas inquietudes crean comunidad.

MARCA

Fundamental crear marca, saberse las reglas de los algorítmicos, ya que están cambiando constantemente y sacar a la gente de las redes usando otros medios donde se tenga un contacto directo.

Crear una cuenta para cada proyecto es contraproducente; ideal crear una sola marca y mencionarla en todas las muestras posibles (productora, agencia, etc) para lograr identificarla y que sea repetitiva.



RESUMEN DE LAS REDES



Público de más de 35 años, videos de + 3 mins., algoritmo caprichoso, pauta cara. Privilegia la indignación.



Público de 24 a 35 años, reels de 30 segundos, lives, videos de más de 2 mins. Buena para construcción de comunidad pero el algoritmo no siempre muestra.



Público de 24 a 35 años, videos de + de 10 mins., algoritmo generoso en ciertas condiciones. Privilegia la explicación, excelente para construir comunidad, requiere alimentación constante.



Público de mas de 25 años, tiene muy poca audiencia sin embargo es muy comprometida, privilegia la información, no le gustan los enlaces externos.



Público de 18 a 24 años, de Audiencia masiva, algoritmo caprichoso, reta a la creatividad.



LABS