

TALLER DE SENSIBILIZACIÓN SOBRE DINAMIZACIÓN Y GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Nombre y apellidos: Diego Pontones

Cargo: Responsable comunicación de Red Española de Desarrollo Rural

4 de diciembre de 2018

#RRSS #leader



Unión Europea

Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural

Europa invierte en las zonas rurales



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



RRN RED
RURAL
NACIONAL

A close-up photograph of two hands, one from a person with a darker skin tone on the left and one from a person with a lighter skin tone on the right, cupped together. They are holding a stream of glowing, golden-brown particles that appear to be falling or being released. The background is dark, making the particles stand out. A semi-transparent grey rectangular box is overlaid on the center of the image, containing the text.

**EJERCICIO PRÁCTICO: ELABORACIÓN DE UN
PLAN DE COMUNICACIÓN EN RRSS**

Comunicar sin una estrategia o realizar acciones de comunicación aisladas NO es comunicar...



FEADER
Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las
Zonas Rurales.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



RRN RED
RURAL
NACIONAL

PAUTAS BÁSICAS PARA CREACIÓN DE PERFIL SOCIAL Y DEFINICIÓN DE UN PLAN DE COMUNICACIÓN EN RRSS

- **Marcarse objetivos claros: qué queremos conseguir;**
- **Descubrir a nuestro público: quiénes son, dónde están;**
- **Definir nuestro mensaje: qué comunicamos y cómo;**
- **Creación de redes: a quién seguir;**
- **Adaptar nuestro mensaje al público y el soporte;**
- **Fidelización y compromiso con audiencia (engagement);**
- **Elegir nuestros perfiles;**
- **Establecer un cronograma de publicaciones;**
- **Integración de otros aspectos de la comunicación/sinergias: web, notas de prensa, relación con medios;**
- **Llevar a la práctica el plan: contratación o autogestión;**
- **Medir resultados para perfilar mejor nuestro Plan.**



FEADER
Fondo Europeo Agrícola
de Desarrollo Rural:
Europa invierte en las
Zonas Rurales.



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE AGRICULTURA, PESCA
Y ALIMENTACIÓN



RRN RED
RURAL
NACIONAL

Marcarse objetivos claros: qué queremos conseguir / qué comunicamos

Dar a conocer el trabajo del Grupo.

Atraer emprendedores jóvenes –a poder ser- de la zona urbana –a poder ser;

Crear territorio: luchar contra el individualismo, autoafirmarse;

Poder de convocatoria eventos puntuales;

Mejorar la imagen del Grupo;

Información útil para los habitantes;

Dar a conocer las actividades cotidianas/agenda del pueblo/s;

Llegar a los medios;

Participar en campañas concretas.

Orgullo rural;

ETC.

Descubrir a nuestro público: quiénes son, dónde están;

Habitantes de la comarca/pueblo

Juntas directivas del GDR/GAL

Instituciones: CCAA, nacional, europeos...

Personas que han emigrado: retorno rural

Jóvenes empresarios urbanos de la ciudad

Otros grupos de acción local

Socios

Asociaciones que hay en el territorio, y fuera.

Prensa

ETC.

Definir nuestro mensaje: qué comunicamos y cómo;

Creación de redes: a quién seguir;

Ayuntamientos

Otros grupos

Miembros de Consejerías, Diputaciones, CCAA (electos y técnicos).

Sindicatos agrarios, OPAS... (“los que no hablan siempre bien”).

Cámaras de comercio.

Colegios, institutos...

Personalidades;

ETC.

Adaptar nuestro mensaje al público y el soporte;

Instagram: mostrar calidad de vida [vídeo andando a mi trabajo en el pueblo / vídeo atascazo]

Tranquilidad: foto de alguien sin hacer nada;

Foto jamón, producto local...

Paisaje...

Foto de la boina de contaminación de Madrid / boina del paisano.

Twitter: Reunión de mi grupo;

Apertura de convocatoria;

Jornadas e invitaciones;

Facebook: redes familiares, personales...

ETC.

Fidelización y compromiso con audiencia (*engadgement*);

Lanzar encuesta (*stories* de Instagram es el soporte que mejor funciona);

Compartir sus contenidos;

ETC.

Elegir nuestros perfiles;

Establecer un cronograma de publicaciones;

Integración de otros aspectos de la comunicación/sinergias: web, notas de prensa, relación con medios;

Medir resultados para perfilar mejor nuestro Plan: TODAS las RRSS lo tienen.

Programadores de contenidos: hootsuite, audience...

Llevar a la práctica el plan: contratación o autogestión.