



CONTRIBUCIÓN DE LA GESTIÓN
DE LAS REDES SOCIALES
A LA MEJORA DE LA VISIBILIDAD
EL EJEMPLO DE DIASMUNDIALESDE



EL PROYECTO

X Nacimiento: 2012

X Objetivo: proporcionar al personal de las bibliotecas de ciencias de la salud y a sus usuarios recursos de información, de diversa tipología localizables en internet coincidiendo con una fecha reconocida internacionalmente para conmemorar un hecho o promover la lucha contra una enfermedad



QUIÉNES SOMOS

- X José Manuel Estrada (Biblioteca. Hospital Universitario 12 de Octubre. Madrid)
- X Juan Medino Muñoz (Biblioteca. Hospital Universitario de Fuenlabrada. Fuenlabrada)
- X Elena Primo Peña (Biblioteca Nacional de Ciencias de la Salud. Madrid)
- X Montaña Vivas (Hospital San Pedro de Alcántara. Cáceres)
- X Fidel López (Enfermero. Hospital San Pedro de Alcántara. Cáceres)
- X Uxía Gutiérrez Couto (Biblioteca. Biblosaúde. Complejo Hospitalario Universitario de Ferrol)
- X Concepción Campos Asensio (Biblioteca. Hospital Universitario de Getafe)
- X Matilde la Cruz Solís (Biblioteca. Hospital Universitario de Badajoz)
- X Antonia María Fernández Luque (Biblioteca. Hospital de La Axarquía)
- X Teresa M^a de la Torre Aragonés (Biblioteca. Hospital Universitario Infanta Leonor)
- X Miguel Zafra Anta (Pediatría. Hospital Universitario de Fuenlabrada)



VISIBILIDAD DEL PROYECTO 2012-2016

Perfil de Diasmundialesde en:

Blog

Facebook

Twitter

Linkedin

About.Me

Google plus

Pinterest

PROBLEMA

Difusión de la información no sistematizada y protocolizada



OBJETIVO

Sistematizar el proceso de difusión
y promoción de Diasmundialesde

CÓMO

Plan de Medios Sociales



PLAN DE MEDIOS SOCIALES

Investigación
interna y del
entorno

Planificación

Plan de
Contenidos



INVESTIGACIÓN INTERNA Y DEL ENTORNO

- X Auditoría de la reputación online
- X Presencia en redes sociales
- X Análisis de la competencia
- X Analisis DAFO
- X Mapa de públicos



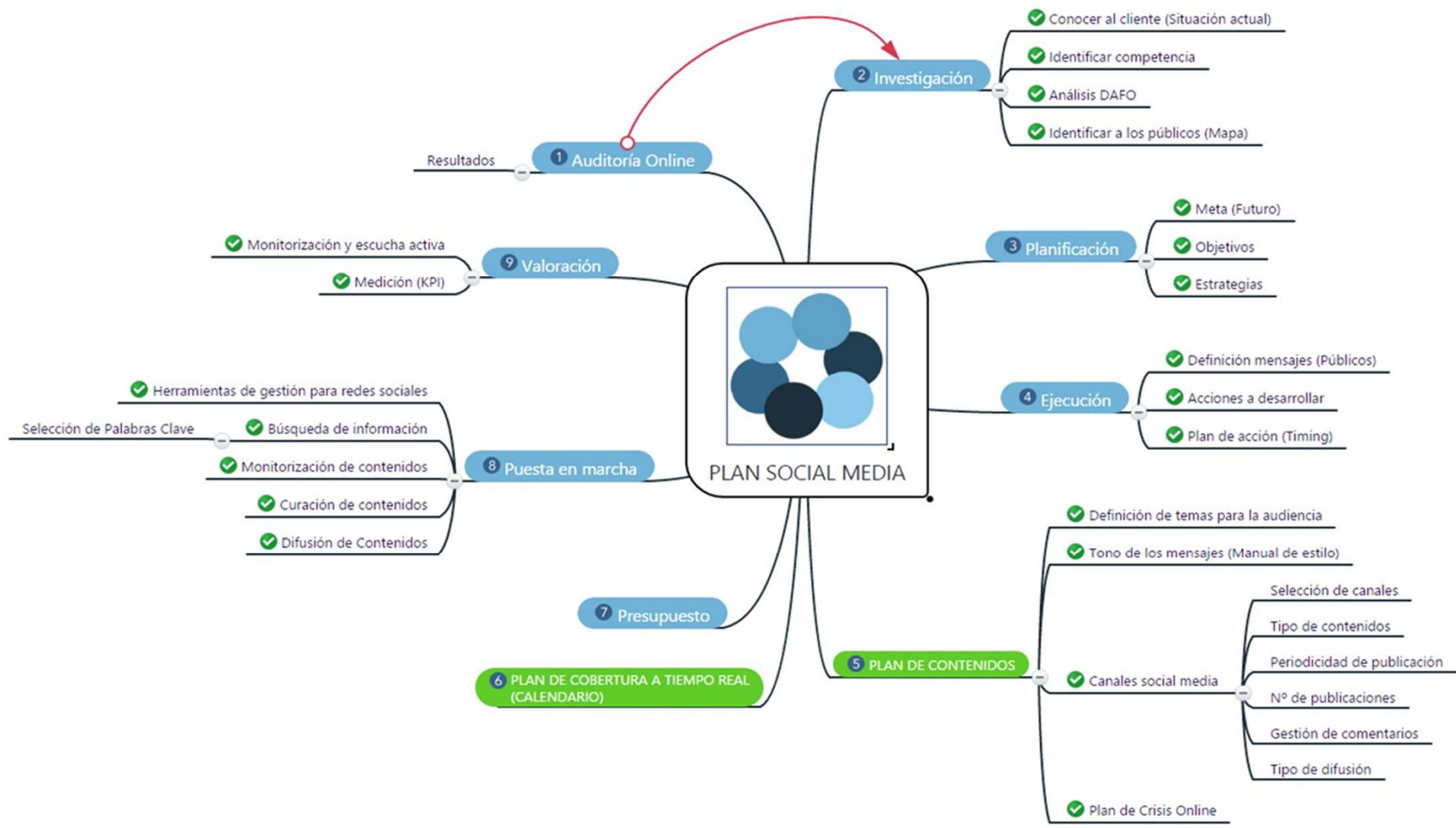
PLANIFICACIÓN

- X Meta
- X Objetivos
- X Estrategias y acciones



PLAN DE CONTENIDOS

- X Definición de temas para la audiencia
- X Medios sociales a utilizar
- X Plan de cobertura a tiempo real
- X Herramientas para la gestión de la presencia en medios sociales
- X Indicadores de medición y control
 - *Informes estadísticos anuales (2016 y 2017)*





¿QUÉ HEMOS CONSEGUIDO?

X ESTABLECER UNA
ESTRATEGIA ONLINE

X SISTEMATIZAR Y
PROTOCOLIZAR
NUESTRA PRESENCIA EN
MEDIOS SOCIALES

X MEJORAR LA VISIBILIDAD
DEL PROYECTO

X MEJORAR NUESTRA
REPUTACIÓN ONLINE

X ESTABLECER LÍNEAS DE
MEJORA Y PAUTAS DE
ACTUACIÓN

X COHESION ENTRE LOS
MIEMBROS DEL EQUIPO
AL IMPLANTAR LA
ESTREGIA ONLINE



CONCLUSIONES FINALES

- X El plan de medios sociales es un documento vivo, en constante evolución
- X Permite poner por escrito la estrategia online para una marca, proyecto, institución, etc.
- X Estar en las redes sociales no es un fin es un medio para conseguir otros objetivos (visibilidad, posicionamiento, rendimiento económico, impacto social, etc.)
- X Establecer una identidad digital



GRACIAS!

Teresa María de la Torre Aragonés

teresadelatorrearagones@gmail.com