

Nuestros consejos para... Publicar en las redes sociales

LAS REDES SOCIALES DESEMPEÑAN UN PAPEL FUNDAMENTAL EN LA COMUNICACIÓN, YA QUE FACILITAN UNA DIFUSIÓN RÁPIDA Y MASIVA DE LA INFORMACIÓN. OFRECEN UNA PLATAFORMA PARA INTERACTUAR DIRECTAMENTE CON EL PÚBLICO, REFORZAR EL COMPROMISO Y CONSTRUIR UNA PRESENCIA EN LÍNEA. SU INMEDIATEZ Y ACCESIBILIDAD LAS HACEN IMPRESCINDIBLES EN LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DE EMPRESAS Y PARTICULARES



RESPECTO A LA FORMA

- Redactar textos breves con un tono neutro e imparcial.
- No utilizar jerga, explicar las siglas.
- Adjuntar siempre una imagen a cada publicación: foto, vídeo, esquema...
- No utilizar demasiados hashtags: de 2 a 3 como máximo, utilizar los hashtags oficiales del tema del proyecto.
- Publicar con regularidad para maximizar el impacto de la comunicación por RS.
- Etiquetar sistemáticamente las cuentas oficiales de los socios.
- Evitar crear cuentas específicas para un proyecto; optar de preferencia por cuentas ya existentes.

RESPECTO AL FONDO

- Destacar las fortalezas/ventajas/impactos del proyecto.
- Explicar el papel de apoyo de la AFD.
- Prever un calendario editorial con los momentos más destacados y las fechas clave del proyecto para organizar las publicaciones.
- Compartir únicamente información clara y validada.
- En caso de problemas, avisar inmediatamente al departamento de comunicación para evaluar la gravedad de la situación. No responder a los comentarios: se decidirá cómo proceder en cada caso concreto.

Todas las publicaciones en redes sociales deben etiquetar las cuentas de las redes sociales de la AFD para que podamos responder y compartir las publicaciones.

Aquí encontrará [todas las páginas de la AFD](#) que se deben etiquetar y adaptar en función de su ubicación geográfica.