



“MANUAL DE PROCEDIMIENTOS COMMUNITY MANAGER Y ANALISTA WEB

COORDINACIÓN DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Marzo 2023

Oscar Jesús Espinoza Gómez

Índice

Introducción

1. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS EN RRSS

1.1 Creación y publicación de contenidos en Facebook (FB)

1.1.1 Redacción de *copy*

1.1.2 Stories

1.1.3 Pautas Publicitarias

1.2 Creación y publicación de contenidos en Twitter

1.2.1 Redacción de *copy*

1.2.2 Hilos / Minuto a Minuto

1.2.3 Avisos de transmisiones en vivo

1.2.4 Pautas Publicitarias

1.3 Creación y publicación de contenidos en TikTok

1.3.1 Redacción de *copy*

1.3.4 Pautas Publicitarias

1.4.1 Creación y publicación de contenidos en Instagram (IG)

1.4.2 Redacción de *copy*

1.4.3 Stories

1.4.4 Pautas Publicitarias

1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS EN PÁGINA WEB INSTITUCIONAL

1.3 FLUJOGRAMA

1

Introducción:

Establecer los procedimientos para la ejecución y realización de las diversas actividades que se realizan en el área de Comunicación Social del Instituto Electoral de Michoacán (IEM), específicamente en lo que respecta al puesto de Community Manager y Analista Web, de tal manera que el presente sirva como un instrumento de apoyo para realizar las actividades del puesto a cabalidad.

Objetivo:

Desarrollar los procedimientos de las funciones que lleva a cabo el puesto de Community Manager y Analista Web, adscrito al área de Comunicación Social del IEM; los cuales se documentan de manera sencilla, ordenada y objetiva.

Definir el presente manual como un instrumento que permita desarrollar las funciones y tareas de las actividades institucionales que se desarrollan en las Redes Sociales (RRSS) del IEM, de tal manera que los diferentes funcionarios públicos que puedan llevar a cabo dichas tareas cumplan con el objetivo de difundir a la ciudadanía, de manera clara, precisa y objetiva, las actividades que se realizan dentro y fuera del Instituto.

1. DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS EN RRSS:

El Community Manager y Analista Web adscrito al área de Comunicación Social del IEM deberá realizar un manejo de RRSS óptimo, de tal manera que a través de las mismas se comunique y refleje la identidad, objetivos, esencia y trabajo del Instituto. Cada publicación que se realice deberá ser verificada y aprobada por la Coordinación de Comunicación Social, asimismo deberá cuidar que se respeten las normas y reglas de las diferentes RRSS, es decir, cuidar que el lenguaje, fotografías y/o videos, no contengan contenido obsceno, violento, etc.

De igual manera el Community Manager y Analista Web deberá tener cuidado en el manejo de las cuentas, de tal manera que no se mezclen y/o confundan las redes sociales institucionales con las personales.

1.1 Creación y publicación de contenidos en Facebook (FB)

La información suministrada a través la Coordinación de Comunicación Social, como boletines, banners, videos, transmisiones en vivo, comunicados, invitaciones, eventos, capacitaciones, etc. Será publicada en RRSS a manera de divulgación,

con una correcta ortografía y redacción, así como una adecuada selección de fotografías.

1.1.1 Redacción de *copy*

El *copy* de cada publicación deberá ser redactado de manera simple, entendible y con correcta ortografía, asimismo deberá contener los elementos y datos indispensables para llamar la atención e informar, como lo son:

- Evento: fechas, hora, lugar y *hashtag* (slogan del evento, palabras clave)
- Convocatorias/Invitaciones: fechas de registro, lugar, horarios, *shortlink* de registro y *hashtag*.
- Boletines: título, breve descripción, *shortlink* al boletín completo en la página web institucional y *hashtags*.
- Galería de fotos: fotografías de aspectos generales, breve descripción, *shortlink* al boletín en caso de existir y *hashtags*.

En caso de que la publicación cuente con la intervención de terceros, es decir algún otro Organismo o Institución, deberá etiquetarse con el símbolo "@" en la redacción del *copy* de la publicación.

1.1.2 Stories

Asimismo, las publicaciones deberán ser reforzadas con el formato de *stories* de la red social (FB), de tal manera que en dicho formato pueda visualizarse un breve de las actividades, es decir: el previo o inicio de eventos que contenga una breve descripción así como el enlace a la transmisión en vivo en caso de que exista.

En el caso del formato de banners con invitaciones o convocatorias, deberá publicarse en el formato y medidas de historias, y deberá contener el enlace a la convocatoria en la página web oficial.

1.1.3 Pautas Publicitarias

El pago de pautas publicitarias en la plataforma de FB dependerá del evento, convocatoria, capacitación, etc. que se ordene por medio de la Coordinación de Comunicación Social.

Cada pauta publicitaria deberá ser segmentada de acuerdo a las necesidades de la misma, es decir, si está dirigida a un público demográfico en específico: edad, género, etnia, ubicación geográfica, gustos e intereses, grado de estudios, estado civil, etc.

1.2 Creación y publicación de contenidos en Twitter

La red social Twitter permite la publicación de un total de 240 caracteres, lo que reduce la posibilidad de un *copy* extenso, es por ello que en dicha red social deberá resumirse de manera clara lo que se quiere comunicar; en el caso de los eventos o

boletines que por su naturaleza en el contenido deban contar con un número más alto de caracteres, se deberá de realizar una selección de los puntos más importantes en un hilo (una publicación respondida a otra).

1.2.1 Redacción de copy

El *copy* de cada publicación deberá ser redactado de manera simple, entendible y con correcta ortografía, asimismo deberá contener los elementos y datos indispensables para llamar la atención e informar, como lo son:

- Evento: fechas, hora, lugar y *hashtag* (slogan del evento, palabras clave)
- Convocatorias/Invitaciones: fechas de registro, lugar, horarios, *shortlink* de registro y *hashtag*.
- Boletines: título, breve descripción, *shortlink* al boletín completo en la página web institucional y *hashtags*.
- Galería de fotos: fotografías de aspectos generales, breve descripción, *shortlink* al boletín en caso de existir y *hashtags*.

En caso de que la publicación cuente con la intervención de terceros, es decir algún otro Organismo o Institución, deberá etiquetarse con el símbolo “@” en la redacción del *copy* de la publicación.

1.2.2 Hilos / Minuto a Minuto

Los hilos en TW son una publicación que va en respuesta a otra con secuencia, de tal manera que los seguidores puedan seguir de manera sencilla y lógica el hilo con la información.

En el caso de eventos que cuenten con participaciones de diferentes funcionarios públicos, se deberá realizar un minuto a minuto con breves extractos de las intervenciones; dichos extractos deberán ser específicos y entendibles, y serán acompañados de la fotografía del funcionario público o participante del evento.

1.2.3 Avisos de transmisiones en vivo

Las transmisiones en vivo del Instituto deberán ser *linkeadas* en TW es decir, el *copy* de la publicación debe avisar a los seguidores que la transmisión está en vivo y deberá contener una breve descripción del evento que se está llevando a cabo, así como el *shortlink* de la misma.

1.2.4 Pautas Publicitarias

El pago de pautas publicitarias en la plataforma de FB dependerá del evento, convocatoria, capacitación, etc. que se ordene por medio de la Coordinación de Comunicación Social.

Cada pauta publicitaria deberá ser segmentada de acuerdo a las necesidades de la misma, es decir, si está dirigida a un público demográfico en específico: edad,

género, etnia, ubicación geográfica, gustos e intereses, grado de estudios, estado civil, etc.

1.3 Creación y publicación de contenidos en TikTok

La plataforma TikTok es exclusivamente para formato video, por lo que a través de la misma, se deberán publicar:

- Extractos de videos de transmisiones en vivo de otras redes sociales, lo que permita que nuestros seguidores puedan conocer datos relevantes así como generar expectativa que los lleve a ver las transmisiones en otras redes sociales.
- Videos que documenten diferentes actividades como son elecciones escolares, eventos, dinámicas, etc.
- Avisos para convocatorias en las que se avise a nuestros seguidores las diferentes dinámicas o requisitos para participar.

1.3.1 Redacción de *copy*

El *copy* de cada publicación deberá ser redactado de manera simple, entendible, con correcta ortografía y de manera corta, asimismo deberá contener los elementos y datos indispensables para llamar la atención e informar, como lo son:

- Evento: fechas, hora, lugar y *hashtag* (slogan del evento, palabras clave)
- Convocatorias/Invitaciones: fechas de registro, lugar, horarios, *shortlink* de registro y *hashtag*.

En caso de que la publicación cuente con la intervención de terceros, es decir algún otro Organismo o Institución, deberá etiquetarse con el símbolo "@" en la redacción del *copy* de la publicación.

1.3.4 Pautas Publicitarias

El pago de pautas publicitarias en la plataforma de FB dependerá del evento, convocatoria, capacitación, etc. que se ordene por medio de la Coordinación de Comunicación Social.

Cada pauta publicitaria deberá ser segmentada de acuerdo a las necesidades de la misma, es decir, si está dirigida a un público demográfico en específico: edad, género, etnia, ubicación geográfica, gustos e intereses, grado de estudios, estado civil, etc.

1.4.1 Creación y publicación de contenidos en Instagram (IG)

La información suministrada a través la Coordinación de Comunicación Social, como boletines, banners, videos, transmisiones en vivo, comunicados, invitaciones, eventos, capacitaciones, etc. Será publicada en RRSS a manera de divulgación, con una correcta ortografía y redacción, así como una adecuada selección de fotografías.

1.4.2 Redacción de copy

El *copy* de cada publicación deberá ser redactado de manera simple, entendible y con correcta ortografía, asimismo deberá contener los elementos y datos indispensables para llamar la atención e informar, como lo son:

- Evento: fechas, hora, lugar y *hashtag* (slogan del evento, palabras clave)
- Convocatorias/Invitaciones: fechas de registro, lugar, horarios, *shortlink* de registro y *hashtag*.
- Boletines: título, breve descripción, *shortlink* al boletín completo en la página web institucional y *hashtags*.
- Galería de fotos: fotografías de aspectos generales, breve descripción, *shortlink* al boletín en caso de existir y *hashtags*.

En caso de que la publicación cuente con la intervención de terceros, es decir algún otro Organismo o Institución, deberá etiquetarse con el símbolo "@" en la redacción del *copy* de la publicación.

1.4.3 Stories

Asimismo, las publicaciones deberán ser reforzadas con el formato de *stories* de la red social (IG), de tal manera que en dicho formato pueda visualizarse un breve de las actividades, es decir: el previo o inicio de eventos que contenga una breve descripción así como el enlace a la transmisión en vivo en caso de que exista.

En el caso del formato de banners con invitaciones o convocatorias, deberá publicarse en el formato y medidas de historias, y deberá contener el enlace a la convocatoria en la página web oficial.

1.4.4 Pautas Publicitarias

El pago de pautas publicitarias en la plataforma de FB dependerá del evento, convocatoria, capacitación, etc. que se ordene por medio de la Coordinación de Comunicación Social.

Cada pauta publicitaria deberá ser segmentada de acuerdo a las necesidades de la misma, es decir, si está dirigida a un público demográfico en específico: edad, género, etnia, ubicación geográfica, gustos e intereses, grado de estudios, estado civil, etc.

1.2 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCEDIMIENTOS EN PÁGINA WEB INSTITUCIONAL:

Se deberá realizar un monitoreo y mapeo continuo de la página web institucional (www.iem.org.mx) de tal manera que el analista web pueda verificar que los banners de convocatorias, material editorial, eventos, etc. se encuentre actualizado. De igual manera el analista web deberá verificar que los boletines generados se suban de manera correcta en tiempo y forma.

1.3 FLUJOGRAMA

DIAGRAMA DE FLUJO	AVTIVIDAD	RSPONSABLE
<pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> Recibo[Recibo de Insumos Informativos] Recibo --> Redaccion[Redacción de Copy] Redaccion --> Seleccion[Selección de fotografías] Seleccion --> Revisar{Revisar y Aprobar} Revisar -- No --> Revisar Revisar -- Sí --> Publicar[Publicar] Publicar --> Fin([Fin]) </pre>		
	La información (evento, banner, fotografía, convocatoria, etc) se recibe a través de la Coordinación de Comunicación Social.	Coordinación de Comunicación Social
	Con base a la información proporcionada, se redactará el copy para la publicación.	Community Manager y Analista Web
	Se deberán seleccionar, por orden jerárquico así como con un orden visual, las fotografías para la publicación.	Community Manager y Analista Web
	Una vez redactado el copy y seleccionadas las fotos, deberán pasarse a aprobación.	Coordinación de Comunicación Social
	Una vez aprobados el copy y las fotografías, banners y/o videos, se realizará la publicación en	Community Manager y Analista Web

	las diferentes redes sociales.	
Seguimiento 	Una vez publicada la información, se dará un seguimiento a las mismas para revisar si existe algún comentario al que se deba dar respuesta así como seguimiento a los alcances que la publicación está teniendo.	Community Manager y Analista Web
Resolver o direccionar 	En el dado caso de que exista algún inconveniente, duda, solicitud de mejora, etc. por la publicación se deberá de resolver, y en dado caso de ser necesario, se redireccionará a la Coordinación de Comunicación Social para dar Solución.	Community Manager y Analista Web y/o Coordinación de Comunicación Social
Fin.		