



# GUÍA DE INICIO RÁPIDO DE REDES SOCIALES

---

Pasos sencillos para ayudarlo  
a compartir su servicio



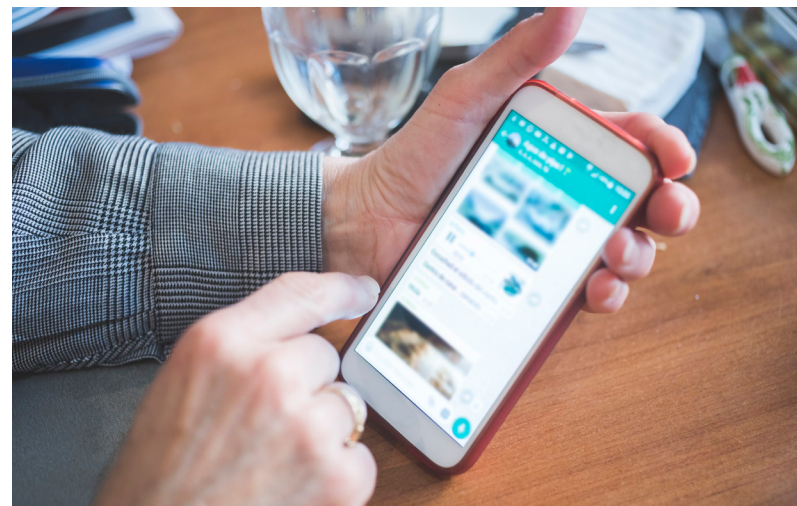
# ¿POR QUÉ?

Los Leones pueden usar las redes sociales para crear conciencia sobre su club en su comunidad. Muchas personas a menudo recurren a canales como Facebook e Instagram para obtener más información sobre marcas y organizaciones. Crear un canal social para su club le brinda visibilidad en plataformas que miles de millones de personas usan todos los días.

## ¿Cuál es su «porqué»?

**Defina los objetivos específicos de su club para usar las redes sociales. Ejemplos de metas pueden ser:**

- Llegar a un público más amplio y aumentar el número de socios.
- Ponerse en contacto, colaborar y planificar proyectos con los socios actuales.
- Aumentar la asistencia a actividades de servicio y eventos.
- Ponerse en contacto con socios, empresas locales, escuelas, y con la comunidad.
- Aumentar las donaciones.



# ¿QUIÉN?

Puede haber muchos socios en su club que puedan configurar y administrar sus cuentas en las redes sociales. Algunas de las personas a quien puede considerar son:

- El asesor de comunicaciones y mercadotecnia
- El asesor de relaciones públicas
- El asesor de informática
- Un León o Leo experto en tecnología y redes sociales

## Formar un equipo

**Crear un equipo de redes sociales para compartir acceso y responsabilidad.**

- Otorgue acceso a la cuenta a más de una persona por si acaso el líder no pudiera iniciar sesión, publicar o se saliera del club.
- La administración de redes sociales requiere desarrollo de contenido, habilidades de fotografía/diseño, conocimiento de planes de servicio y más. Esto, a menudo, puede ser demasiado para que un voluntario lo haga solo.
- Anime a todos los socios a tomar fotos durante los proyectos de servicio y en los evento



## Defina a qué público dirigirse

**Identifique y entienda los intereses de su público así para poder elegir la mejor plataforma y centrarse en el contenido que sea relevante.**

- **Una cuenta social pública** es en donde le hablará al público y reclutará nuevos socios.
- **Una cuenta social interna**, como un grupo de Facebook o un grupo de WhatsApp, es privada y funciona mejor para las operaciones y colaboración del club.

# ¿DÓNDE?

## No se complique

No necesita estar en todas las plataformas de redes sociales. Si su equipo de redes sociales es pequeño, puede estar tratando de expandir demasiado el equipo para llegar a audiencias que no escuchan. Concéntrese en uno o dos canales que sepa que puede administrar y atraer a su audiencia de manera efectiva.

## RESUMEN DEL CANAL // CANALES MÁS POPULARES



### Facebook

Con **2.45 mil millones de usuarios activos mensuales**, Facebook sigue siendo **la plataforma social más utilizada**.

**Los usuarios mayores de 65 años son el grupo de más rápido crecimiento.** en Facebook, mientras que en comparación con años anteriores menos adolescentes usan Facebook.

**El 88 %** de los usuarios de Facebook están en la plataforma para **mantenerse en contacto con amigos y familiares**.



### Instagram

**Instagram tiene mil millones de usuarios activos reportados**, con más de la mitad de la población mundial de usuarios **menores de 34 años**.

El 90 % de las cuentas siguen al menos un negocio. Las marcas con las tasas de participación más altas incluyen la educación superior, **organizaciones sin fines de lucro**, y equipos deportivos.

**Los usuarios de Instagram dependen en gran medida de las búsquedas con etiquetas (hashtags)** para encontrar contenido que les interese. **Una publicación en Instagram con al menos una etiqueta tiene un promedio del 12.6% más de participación** que las publicaciones sin etiquetas.



### Twitter

**Twitter tiene alrededor de 330 millones de usuarios activos** en todo el mundo, con el 71% de los usuarios que buscan actualizaciones de noticias en la plataforma y se mantienen informados.

**Los usuarios pasan un 4 % más tiempo en Twitter durante un evento en vivo.**

**Los tuits con una etiqueta tienen un 69 % más de probabilidades de ser retuiteados** que los tuits con dos etiquetas.

Twitter es mejor conocido por sus publicaciones cortas: **un tuit tiene un límite de 280 caracteres** ¡Así que hay que ser breve!

# ¿DÓNDE?

## RESUMEN DEL CANAL // OTROS CANALES POPULARES



**El destino para el contenido en vídeo.** Publique vídeos que incluyan promociones del club, aspectos destacados de los socios, proyectos de servicio e historias de los beneficiarios. Comparta los vídeos en su página de Facebook y sitio web.



Red social para profesionales, colegas y empresas. **Use su perfil personal de LinkedIn para mostrar cómo su club ha tenido un impacto en su desarrollo profesional.**



Plataforma de intercambio de vídeos que se enfoca en videos cortos (15 o 60 segundos) que incorporan filtros, calcomanías y música de fondo, principalmente con grupos demográficos de menores de 30 años. **Use su perfil personal para publicar vídeos de su servicio con la etiqueta: #lionsclub.**



### Aplicaciones para celular

WhatsApp, WeChat (China), Line (Japón) y KakaoTalk (Sudeste de Asia) ofrecen funciones de chat grupales e individuales. **Use aplicaciones de mensajería móvil para crear grupos de conversaciones internas del club.**

# Mejores prácticas // Facebook

Crear **un perfil** para su uso personal y compartir las actividades de los Leones con su red social; **una página** para que su club promueva su servicio a la comunidad; y **un grupo** para que los socios de su club compartan comunicados internos.

**Videos en vivo:** son fáciles de tomar y una excelente manera de mostrar su club en acción.

Usar en Facebook la herramienta para crear un **evento** para así promover su actividad de servicio e invitar amigos. Incluya palabras clave para garantizar que su evento aparezca en las búsquedas relevantes de Facebook.

The screenshot displays the Facebook profile of Lions Clubs International. The profile picture is the official Lions Clubs International logo. The cover photo shows a cityscape with the text "WE BRING HOPE WHERE IT". The left sidebar contains a navigation menu with options: Home, About, Videos, Posts, Photos, Events, Groups, Iconosquare, Community, Jobs, and walls.io. A green "Create a Page" button is visible. The main content area features a video titled "Teaching Nutrition to Students in Uruguay" and a "Community" section showing 546,315 likes and 550,492 followers. A "Past Events" section at the bottom lists upcoming events, including "2020 Lions Day with the United Nations in N..." and "102nd Lions International Convention - Mila...".

# Mejores prácticas // Instagram

Las publicaciones de Instagram deben incluir una imagen. **Las fotos a considerar pueden ser:** Leones en servicio, grupos de socios y beneficiarios sonrientes. Cada publicación debe también llevar un título descriptivo para que los espectadores tengan un contexto.

## SUGERENCIA:

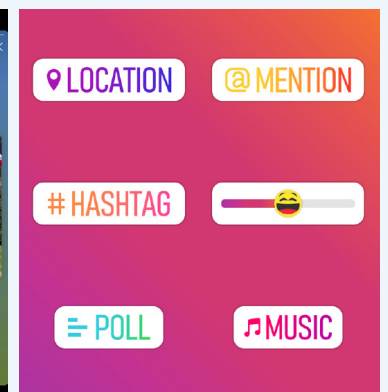
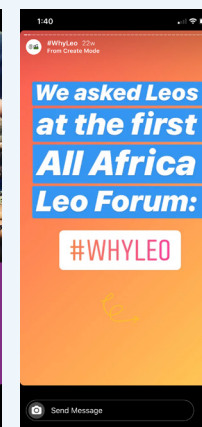
Incluya etiquetas para llegar a un público más amplio.

Además de las etiquetas de los Leones, como **#lionsclub** y **#servimos**, es conveniente crear una etiqueta especial para su club (por ejemplo: **#windycitylions**), y use etiquetas locales (**#chicago**) y globales (**#communityservice**).

Utilizar **Historias de Instagram** para compartir videos cortos divertidos y destacados de las actividades de servicio. Jugar con elementos como GIF, calcomanías, Boomerang, filtros y demás.



lionsclubs Happy World Kindness Day! 🌍 🦁 ❤️  
#worldkindnessday #weserve #lionsclub #kindnessmatters



# Mejores prácticas // Twitter



## SUGERENCIA:

Tuitear al menos una vez al día para un compromiso de alto nivel.

**@Mencionar** a los socios, organizaciones, empresas y líderes de la comunidad siempre que participen en su servicio.

Aproveche los eventos locales y globales uniéndose a la conversación usando **etiquetas** (ex: Use #LCICon durante la Convención anual de Lions Clubs International para informar a su audiencia que está asistiendo y publique fotos relacionadas su experiencia en dicho evento).

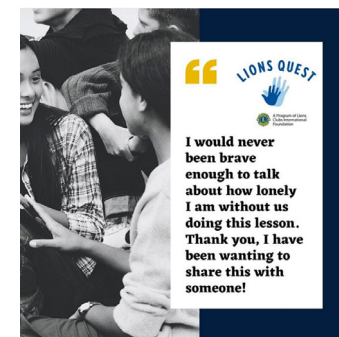


# ¿QUÉ?

Las personas usan las redes sociales para conectarse con familiares, amigos y marcas. Su contenido debe contar historias con un contenido significativo para su audiencia.



**FOTOS:** Las fotos más atractivas cuentan una historia: cándidos Leones en acción, impacto generado, caras sonrientes.



**GRÁFICOS:** Use herramientas como Canva para crear gráficos y promocionar su evento. Use una combinación de texto y fotos para captar la atención de los usuarios.



**VIDEOS:** Grabe un vídeo en su evento o actividad de servicio, hable con su audiencia, entreviste a los beneficiarios y a los socios.



**TEXTO:** Publique preguntas para ponerse en contacto con su audiencia.



**HISTORIAS:** Su audiencia se unirá a su causa cuando vean cómo se relaciona con ellos. Los beneficiarios y los socios cuentan historias de cómo su club ha logrado efectos positivos en las personas y familias en su comunidad.

# ¿QUÉ?

## Comprometerse

Además de publicar contenido, use las redes sociales para interactuar con su audiencia se recomienda:

- **Responder a comentarios y mensajes directos.** Esta es una oportunidad para responder preguntas, dirigir a sus seguidores a programas o páginas de los Leones, hacer amigos y reclutar nuevos socios.
- **Decir «me gusta» y compartir contenido.** Comparta contenido en sus canales de otras cuentas, como las de organizaciones comunitarias, colaboradores, empresas e inclusive las de otros Leones.



# ¿CUÁNDO?

Lo ideal es publicar una vez al día, pero si los recursos/contenidos se reducen, simplemente sea consistente. El compromiso es clave: las redes sociales son una herramienta para relacionarse. Comentar, responder, explorar, descubrir y comunicarse.

## Los mejores momentos para publicar

Use la herramienta de análisis de datos de la plataforma para identificar en qué momentos está más comprometida y presente su audiencia. En general, se recomiendan los siguientes horarios.



# ¿CÓMO?

---

## Para empezar

- ▶ [Cómo usar FB](#)
- ▶ [Cómo usar IG](#)
- ▶ [Cómo usar Twitter](#)

## Herramientas de ayuda

### PARA PLANIFICAR Y PROGRAMAR

- ▶ [Hootsuite](#)
- ▶ [Buffer](#)
- ▶ [Later](#)

### PARA DISEÑO

- ▶ [Canva](#)
- ▶ [Venngage](#)



# ¿CÓMO?



## Unirse a la comunidad SMiLE

SMiLE (una red de medios sociales que incluye a Leones de todas partes) es una comunidad internacional de Leones con el único propósito de ayudar a los Leones, clubes, distritos y distritos múltiples con los medios sociales por medio de recursos en línea y capacitaciones en persona.

- ▶ [SMiLE en lionsclubs.org](https://lionsclubs.org)
- ▶ [Grupo de SMiLE en Facebook](#)



# Lions Clubs International

Teléfono del Departamento de Comunicaciones

Estratégicas: (630) 468-6817

Fax: (630) 571-1685

Correo electrónico: [pr@lionsclubs.org](mailto:pr@lionsclubs.org)