

Manual de estilo y uso de redes sociales



E.S.E. HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS
SANTA FE DE ANTIOQUIA
Camino a la excelencia con respeto y humanización



En este manual se describen las consideraciones que se deben tener en cuenta para la correcta gestión de las redes sociales de la **E.S.E. Hospital San Juan de Dios de Santa Fe de Antioquia.**

Nuestras redes sociales

Como institución de salud en el occidente antioqueño, tenemos como mecanismo nuestras redes sociales para visibilizar y dar a conocer nuestro trabajo, logros, servicios y demás temas de interés para toda la comunidad.

Lineamientos generales

- La gestión de las redes sociales estará a cargo del equipo de Comunicaciones de la **E.S.E. Hospital San Juan de Dios de Santa Fe de Antioquia**.
 - La comunicación siempre será transparente y fundamentada en los valores institucionales.
 - La presencia en redes sociales de cada área o servicio es responsabilidad de cada líder del proceso.
 - Los contenidos publicados en las redes sociales siempre serán verídicos y deben de ir alineados con las estrategias del área de comunicaciones.
 - La estrategia de redes sociales siempre se articulará con las de comunicación interna, externa y mercadeo.
 - Las redes sociales facilitarán la comunicación a doble vía y propiciarán las interacciones con todos los públicos de interés.
 - Los contenidos publicados en las redes sociales serán actualizados cuando se requiera como muestra de respeto con los usuarios.
- Los colaboradores de la E.S.E. Hospital San Juan de Dios de Santa Fe de Antioquia son un pilar fundamental para la gestión de las redes sociales.
 - Solo se bloquean o borran comentarios cuando estos contengan palabras violentas, soeces, inciten al odio, sean ofensivos, violen la privacidad de las personas o sean spam.
 - En caso de crisis reputación, la gestión queda a cargo del área de comunicaciones con previa consulta a la gerencia.
 - Para darle solución a las PQRSF que lleguen por redes sociales, se buscará al área encargada de cada tema para que brinde soporte y se pondrá al tanto al equipo de servicio al cliente.
 - Solo se publicarán fotografías de pacientes que tengan autorización.
 - Las redes sociales no serán utilizadas para formular o hacer consultas médicas.

Nuestros públicos

Comunidad general

**Medios de comunicación,
periodistas e influenciadores**

**Comunidad educativa,
academia, universidades**

Sector Salud, aseguradora

Gobierno

Creación de parrilla de contenidos

Esta se creará en una hoja de Excel y debe contener los siguientes ítems.

Día

se especifica el día de la semana

Hora

a qué hora será hecha la publicación

Comunidad general

en qué red va el post (Facebook, Instagram)

Copy

Lo que va de texto en la publicación

Link

Si la publicación es acompañada por un enlace externo

Tags

a qué cuentas debe etiquetarse por relacionamiento

Comentarios

Espacio para observaciones realizadas por el equipo de comunicaciones

Canales

Desde una **mirada estratégica** para la E.S.E., su principal red social de relacionamiento será **Facebook**.

Como canal secundario y de relacionamiento con institucional, gobierno y líderes será **Twitter**.

El **Instagram** será la plataforma para fomentar lo vivencial.

Publicaciones

Se publicará contenido diseñado para cada red social y primordialmente se programará con algunos días de anticipación teniendo en cuenta las estrategias y acciones de comunicación.

El contenido deberá incluir diferentes temáticas que impacten a uno o varios grupos de interés para la organización.

Flujo

En **Facebook** se realizarán de 2 a 3 publicaciones diarias y 1 los fines de semana. **Twitter** 1 publicación diaria al igual que en **Instagram**.

(La cantidad de publicaciones puede variar según el tráfico de contenidos y con la previa aprobación del área de Comunicaciones)

Contenidos

Los contenidos serán evaluados y aprobados por el equipo de Comunicaciones según la relevancia que tengan en medios digitales.

Se dará prioridad a contenidos de salud relevantes para la comunidad, mercadeo de servicios y académicos.

Tono de la comunicación

Teniendo en cuenta lo descrito en el Manual de Lenguaje y Escritura, los contenidos tendrán un tono cercano, cálido y humano.

La E.S.E. habla como una experta, pero lo hace **sin barreras** y siempre con la intención de acercarse de manera empática con sus públicos. Detonará siempre formalidad, pero nunca le restará humanidad.

Informes

Estos serán realizados de forma periódica para evidenciar el crecimiento de la comunidad digital, el alcance de las publicaciones y el engagement que se está teniendo con los grupos de interés.



E.S.E. HOSPITAL SAN JUAN DE DIOS
SANTA FE DE ANTIOQUIA
Camino a la excelencia con respeto y humanización