



Redes Sociales y las ONGs de pacientes

Christian de la Campa



United Patients
Online academy


CATALYST
Consulting Group

Qué son las redes sociales?

Una red social es una estructura formada por individuos o empresas que tienen como objetivo **interactuar** entre sí.

Bienvenidos a la era de las comunicaciones masivas bidireccionales, donde los usuarios/clientes/pacientes responden, califican, participan, opinan, etc.



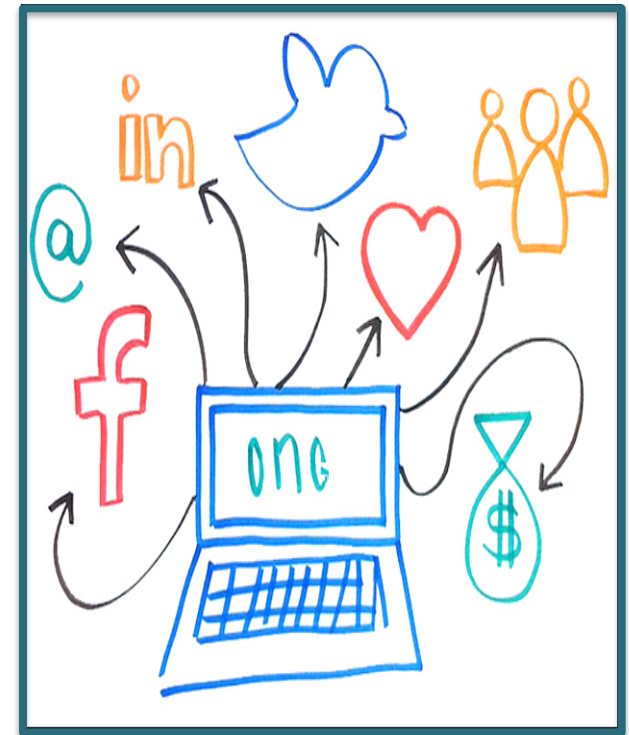
El poder de las redes sociales

- Las redes sociales son **la actividad número 1** en internet.
- 70% de los usuarios de internet revisan sus redes sociales como **primera actividad del día**.
- El primer lugar MUNDIAL en tiempo en redes sociales por usuario por día es para **Argentina con 4.3hrs**, el tercer lugar es México con 3.9hrs y el cuarto es Brasil con 3.8hrs. (el promedio mundial es 2.7hrs).
- **Un tercio de la población mundial está en alguna red social** (En LATAM es más de la mitad).



Las redes sociales permiten a las ONGs de pacientes:

1. **Contactar, interactuar y actualizar** a nuestros pacientes, colaboradores, voluntarios, seguidores, otras ONGs, tomadores de decisiones, donadores, etc.
2. Promocionar nuestros valores institucionales (hacer **branding**)
3. Ofrecer una ventana para que la **VOZ DE LOS PACIENTES** se escuche y sea más fuerte.
4. Crear **comunidades** y redes de trabajo.
5. Soporte en otras áreas importantes como **voluntariado, recaudación de fondos e incidencia política**.



ONGs de pacientes y...

LinkedIn *for Good*

- 50% de descuento para publicar una **vacante remunerada**.
- 90% de descuento para publicar una posición **trabajos voluntarios**.
- Ayuda en la **creación de una página web** gratuitamente.
- **GRAN base de datos** de posibles voluntarios, miembros del consejo o profesionales.
- Permite la creación de **redes profesionales** más grandes, facilitando la recaudación de fondos por la obtención de “contactos más cercanos/cálidos” en empresas prospecto.



ONGs de pacientes y... **change.org**

<https://www.youtube.com/watch?v=U1LFGelN2aY>

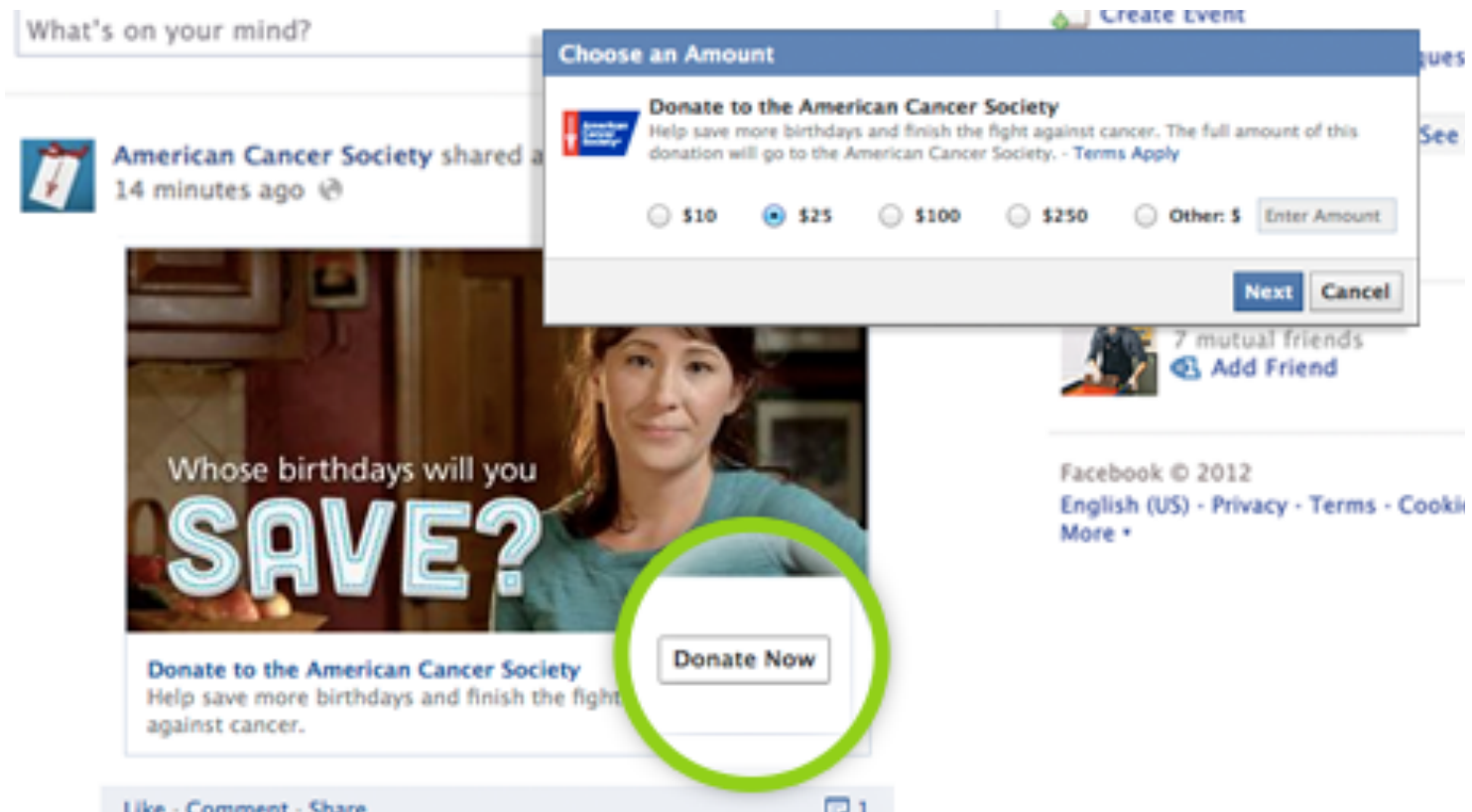


ONGs de pacientes y...

facebook for nonprofits

- Vínculos con sus otras **bases de datos** (como su mailing y otras aplicaciones).
- **Métricas** y estadísticas a disposición para crear y modificar su plan estratégico.
- Vinculación con su **público segmentado** (pudiendo encontrar a personas claves).
- Canales de **comunicación instantánea** (Facebook Messenger).
- Un botón de acción personalizado que podría convertirse en **un botón para hacer donativos** o un botón para que los pacientes se registren en su base de datos.
- Posibilidad para invitar a tus donantes/apoyadores actuales a comunicar la misión de tu ONG e invitar a sus propios amigos a apoyar tu causa.

ONGs de pacientes y... facebook for nonprofits



Mis recomendaciones

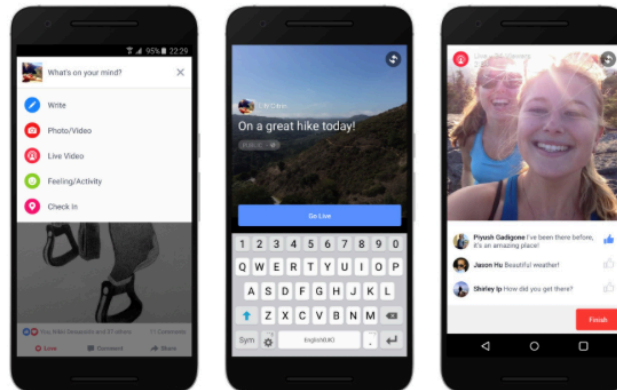
- No intentar matar una mosca a cañonazos (**acciones dirigidas**).
- Si es posible, **contrate a alguien**(es) como responsable.
- Respecto a la creación de sus contenidos originales, piense siempre en su **público y sus directrices** de estilo (Sea concreto, cautivante y refleje la voz del paciente)
- **Sea realista** con sus objetivos y acciones... Siempre tomen como referencia su tamaño y/o recursos.
- El mundo no se come en un sólo bocado (sean **pacientes**).
- Aprovechen las **celebraciones internacionales**.
- Si se pueden apoyar de alguna **celebridad**, hágalo es una relación GANAR-GANAR!!

Más recomendaciones

- Utilicen a medida de lo posible los # y **vincúlense** con otras ONGs u organismos a través de @ (a su conveniencia).
- No tengan miedo de intentar cosas nuevas y **exploren** funciones que no conozcan “Las redes sociales no muerden”
- Una **imagen**, habla más que mil palabras (los infográficos, memes y las fotos son de mucha utilidad)
- Siempre respondan a sus seguidores (creen **INTERACCIÓN y FIDELICEN**).
- **NO utilicen las redes sociales para recetar medicamentos (para eso hay médicos).**
- En caso de algún comentario positivo, **agradézcanlo** y manejen maduramente los negativos (aprendan **a tomar en cuenta la opinión de tus seguidores**).
- **Midan** sus resultados y reajusten periódicamente.
- **Sean respetuosos** de acontecimientos trágicos o de gran relevancia en su país.

Tendencias

- **Videos en tiempo real.** Imagine:
 - A su nutriólogo o psicólogo intercactuando con los pacientes de todo su país al mismo tiempo.
 - Una transmisión en vivo desde una manifestación o evento de recaudación de fondos.
 - Una transmisión en vivo en una reunión con un tomador de decisiones para ejercer presión!!!
 - Una transmisión en vivo durante la visita de algún paciente muy carismático o alguna celebridad en sus instalaciones.
- La era de las imágenes perfectas está siendo opacada por imágenes menos posadas y sin filtros.



*“En lugar de construir muros,
ayudemos a la gente a construir
puentes... Requiere de coraje
elegir la esperanza”*

Mark Zuckerberg
CEO Facebook

MUCHAS GRACIAS



Christian de la Campa



+1 954 330 9988

cdelacampa@ccgintl.org



[facebook.com/
pacientes.unidos.capacitacion.online](https://facebook.com/pacientes.unidos.capacitacion.online)