

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR
Plan integral de comunicación y marketing
Proyectos iEPS y redes sociales
 Reunión seguimiento

Fecha de la reunión: 20.10.2017

Lugar de la reunión: Aula 9

Horario: de 13:30 a 15:15 horas. Nº total de horas: 1:45:00 h

Asistentes:

Luis Blanco
 Lola Cepero
 Elena Escar
 Mari Escar
 Merche García
 Adriana Oliva

Orden del día:

Balance fase lanzamiento iEPS y redes FB y TW

El objetivo de la reunión es dar a conocer el estado de la cuestión del proceso de elaboración del *boletín iEPS* y del mantenimiento y dinamización de las *redes Facebook* y *Twitter* de la EPS tras este primer período 15 septiembre-15 octubre (en anexo 1). Se analizan también los datos proporcionados por los indicadores durante este mismo período (anexo 2).

Como resultado de la reunión, se plantean las siguientes tareas:

Sobre iEPS

Qué	Quién	Cuándo
Crear carpeta en OSCA para iEPS (sustituir la actual ubicada en COMPARTIDA e incorporar todos los archivos que están actualmente en OSCA>Biblioteca)	Merche Mari	Para iEPS_5
Informar a responsable de Conserjería introduzca noticias en formulario	Merche	Para iEPS_5
Formación en <i>Scribus</i> para Concha	Mari Luis	Para iEPS_6
Priorizar noticias para TE INTERESA y ACTIVIDADES	Dirección	Para iEPS_5
Desarrollar el Manual de estilo	Mari	
Incorporar dedicación Concha a indicador carga de trabajo del boletín	Concha Elena	A partir iEPS_5
Prevenir situaciones extraordinarias agentes implicados (vacaciones, permisos, etc.). Quién sustituye a quién. Caso rol Concha, p.e.	Merche	Noviembre
Realizar una encuesta/sondeo de satisfacción entre PAS y PDI para valorar mejora en la comunicación interna (y en paralelo como herramienta de marketing) Encuesta online.		Febrero

Sobre redes FB y TW

Qué	Quién	Cuándo
-----	-------	--------

Reforzar a Adriana con equipo mantenimiento y dinamización. Interdisciplinar. Buscar PAS, PDI (Pablo + Oriol, Jaume?), estudiante (Supervía?).	Lola Merche Elena	Noviembre
Seleccionar con quién nos comparamos. Entorno UZ: FCHE, Ciencias, EINA. Otras universidades: centros con las mismas titulaciones	Dirección	Noviembre
Trabajar con los datos estadísticos. Necesario formación (Equipo Comunicación BUZ, JM Ubé)	Adriana + PAS	Noviembre
Establecer calendario publicaciones fijas. Ver la manera de trabajarlo con google calendar	Adriana	Noviembre
Buscar fuentes externas y priorizarlas	Adriana Pablo + PDI	Noviembre
Fijar mínimo 2 publicaciones/día en FB, una interna y otra externa		Noviembre

Anexo 1. Estado cuestión iEPS y redes

**Plan integral comunicación y marketing EPS
boletín + redes sociales**

Balance fase lanzamiento
20.10.2017



Proyecto
Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: iEPS

OBJETIVOS GENERALES
(Objetivos Plan Integral de Comunicación y Marketing de la EPS, Plan de Comunicación Interna)

Propiciar, entre todo el personal, el desarrollo de una **visión común** acerca de la política de calidad, organización y fines de la EPS.

Mantener oportuna y adecuadamente **informados al PDI, PAS y Estudiantes** acerca de los cambios en el entorno que inciden en el funcionamiento de la EPS.

Establecer **canales de comunicación bidireccionales** que permitan sentar las bases para el establecimiento de un **clima de trabajo propio** para el logro de los objetivos y la participación y compromiso del personal en su consecución.

Proyecto
Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: iEPS

OBJETIVOS ESPECÍFICOS
(Objetivos Plan Integral de Comunicación y Marketing de la EPS, Plan de Comunicación Interna)

Diseñar un **boletín semanal** mediante el programa de software libre Scribus

Crear un canal de comunicación tanto interno como externo que **agilite** toda la actividad del Centro.

Mejorar la **visibilidad** de la institución tanto entre los grupos de interés como en la sociedad en general.

Proyecto
Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: iEPS

RESULTADO ESPERADO
Boletín Informativo de la Escuela Politécnica Superior



- EPS 17 de septiembre de 2017
- EPS 20 de septiembre de 2017
- EPS 27 de octubre de 2017
- EPS 3 de noviembre de 2017

Comunicación de calidad para todos en el EPS

Proyecto
Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: iEPS

INDICADORES

NE de boletines publicados al mes: **2 en septiembre y 3 en octubre**

NE de visualizaciones (internas y externas??)

Satisfacción con el iEPS (encuesta post-lanzamiento)

Proyecto
Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: iEPS

Recursos materiales:
Software libre y gratuito Scribus

Recursos humanos:
Dedicación (en términos de carga de trabajo): **5 horas/semana. En la fase de lanzamiento, 5 horas/semana.**

Se recomienda mínimo dos personas, que pueden trabajar conjuntamente al principio, en la fase de lanzamiento y luego turnarse por semanas.

Importante formación inicial en el manejo del software Scribus y más adelante en comunicación y marketing.



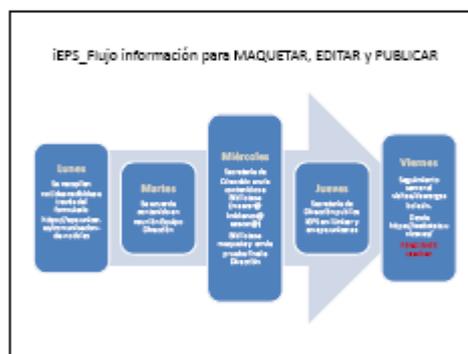


Proyecto

Diseño e implementación de un boletín informativo semanal: iEPS

FACTORES CRÍTICOS DE ÉXITO

- Implicación del personal que se ocupe de su elaboración
- Establecer el flujo de información de las noticias del centro y los niveles de "autoridad" para seleccionar/filtrar las noticias y para resolución de posibles conflictos
- Continuidad del boletín y cumplimiento plazos comprometidos
- Campaña de difusión y marketing del producto iEPS



Problemas detectados y propuestas de mejora

Criterios para ordenar noticias en Te Interés y Actividades (cronológico)?
Por importancia?

Las "últimas horas", intentar minimizar

Pendiente Campaña de difusión y marketing del producto iEPS

Prever situaciones extraordinarias de agentes implicados: Mari, Luis, Concha, Jesús, ...

Sondeo impacto iEPS entre PAS y PDI

Plan integral comunicación y marketing EPS boletín + redes sociales

Balance fase lanzamiento
20.10.2017



Proyecto Impulsar las redes sociales en las que puede participar la EPS. Casos FACEBOOK y TWITTER

OBJETIVOS GENERALES

(Objetivos Plan Integral de Comunicación y Marketing de la EPS, Plan de Comunicación Interna)

Propiciar, entre todo el personal, el desarrollo de una **visión común** acerca de la política de calidad, organización y fines de la EPS.

Mantener oportuna y **adecuadamente** informados al PDI, PAS y Estudiantes acerca de los cambios en el entorno que inciden en el funcionamiento de la EPS.

Establecer canales de comunicación **bidireccionales** que permitan sentar las bases para el mantenimiento de un clima de trabajo propicio para el logro de los objetivos y la participación y compromiso del personal en su consecución.

Proyecto Impulsar las redes sociales en las que puede participar la EPS. Casos FACEBOOK y TWITTER

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

(Objetivos Plan Integral de Comunicación y Marketing de la EPS, Plan de Comunicación Interna)

Primera hay que definir bien lo que se quiere conseguir con nuestra presencia en las redes sociales: ¿qué queremos vender? ¿las titulaciones para captar nuevos alumnos? ¿nuestra imagen en la sociedad? ¿y a qué nivel?

Proyecto Impulsar las redes sociales en las que puede participar la EPS. Casos FACEBOOK y TWITTER

PÚBLICO OBJETIVO

Depende de nuestros objetivos. Una vez concretados, pensamos en el público al que tenemos que dirigimos para conseguirlos y cuando conozcamos el público pensamos en los contenidos (teniendo en cuenta que sólo el 25% pueden ser propios)

- *Comunidad universitaria EPS: Alumnos, PDI, PAS
- *Universidad de Zaragoza
- *Alumnos y centros docentes de otros cursos afines.
- *Profesionales y agencias con el perfil de los estudios que se imparten en la Facultad.
- *Asociaciones y demás entidades (por temática y por proximidad)
- *Institutos
- *Otros?

Proyecto Impulsar las redes sociales en las que puede participar la EPS. Casos FACEBOOK y TWITTER

Puesta en marcha de Facebook y Twitter: acciones y decisiones:

¿Con quién nos conectamos? Analizar perfil de otros sitios o entre competidores en las redes sociales. Facebook permite mostrar las cuentas, elegir cuáles. No perder de vista los canales de comunicación.

Elegir cuidadosamente nuestra imagen y nuestro contenido en las redes. Crear una unidad, ser fácilmente reconocibles y estar siempre al día.

Como de no hay una cantidad de contenido para las redes sociales como medio para servirnos toda la información de todos los canales de comunicación.

Establecer un **calendario de publicaciones** (jornadas, eventos, fechas clave, etc.) que nos ayude a tener una presencia constante. Cuando se acabe los contenidos se debe de tener un flujo de publicaciones de forma que permita tener un contenido que se actualice de forma constante.

Establecer el **flujo de información** de la red social del centro. Qué tipo de mensajes se envían, en qué formato se publican y en qué orden.

Realizar **acciones online y presenciales**.

Monitorizar la **actividad** que se genera en el medio digital y pasarla a los canales.

Realizar un **análisis de difusión** para ver qué canales de comunicación son más efectivos, en qué momento del día.

Conocer establecer el **ritmo** y **volúmenes** de publicación de los canales de comunicación que se publican, al menos al nivel de un día por semana.

Analizar el **impacto** de las acciones en la red social y **actuar** sobre ellas de forma que se pueda mejorar la comunicación (ver lista de métricas de los canales de comunicación: Facebook y Twitter)

Proyecto Impulsar las redes sociales en las que puede participar la EPS. Casos FACEBOOK y TWITTER

INDICADORES FACEBOOK

Nº de seguidores

Frecuencia de crecimiento mensual

Tipología de los seguidores

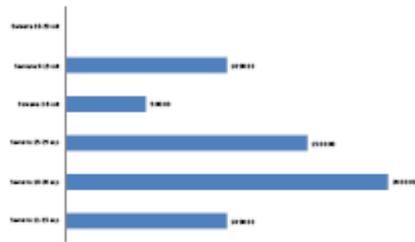
Tasa de interacción (nº de "me gusta", "compartir" y "comentarios" dividido por el nº total de seguidores)

Índice Klout (medición de la presencia de las redes sociales en Internet en el ámbito de... centros universitarios afines?)

Proyecto
Impulsar las redes sociales en las que puede participar la EPS. Casos FACEBOOK y TWITTER

INDICADORES TWITTER
 Nº seguidores
 Filtro de incremento mensual
 Retuits (entradas de la EPS que otros usuarios reutilizan en sus cuentas)
 Tasa de interacción (nº de interacciones – clics, respuestas, seguidores y me gusta) dividido por el nº de impresiones (nº de veces que los usuarios vieron el tweet en Twitter). Una tasa de éxito se sitúa entre el 2 y el 3%

Carga trabajo mantenimiento FB y TW



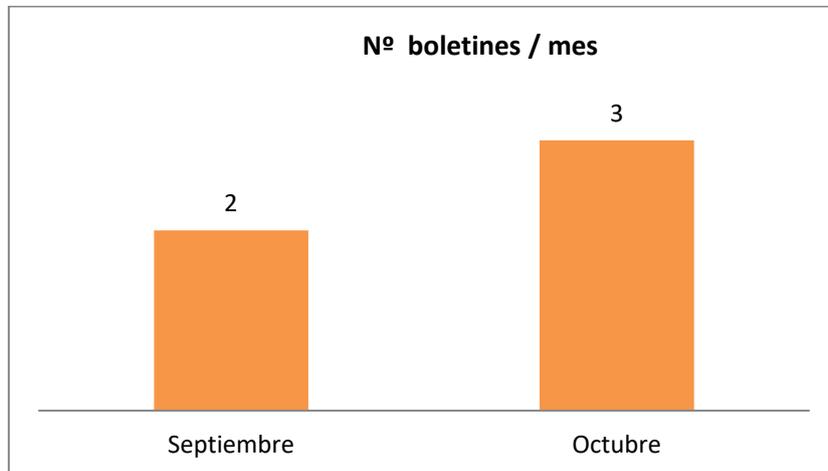
Problemas detectados y propuestas de mejora

Se necesita más personas para el mantenimiento Captar personas entre compañeros PAS

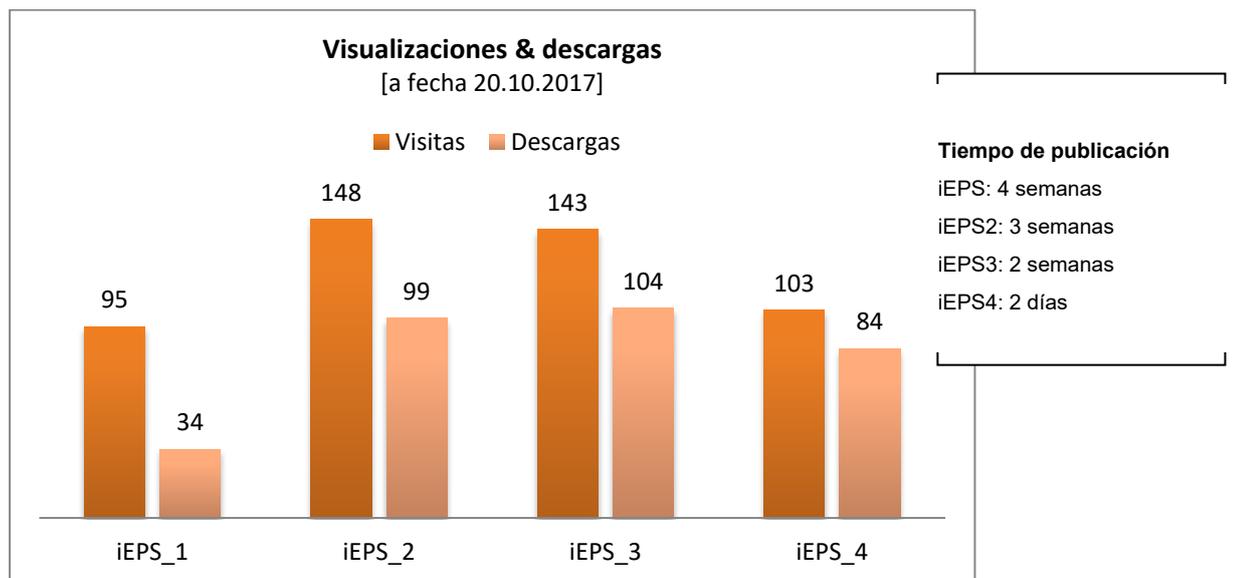
INDICADORES iEPS

Nº de boletines/mes

[compromiso un boletín semanal en período lectivo]



Nº visualizaciones & descargas / boletín



Carga de trabajo elaboración (maquetación) del boletín



INDICADORES FB y TW

Twitter

Mes	tuits	Visitas al perfil	Impresiones de tuits	menciones	Nuevos seguidores
Agosto	22	37	5646	3	5
Septiembre	53	95	6381	15	21
Octubre	18	45	5980	9	6

Facebook

Seguidores: **515 +29**

Indice Klout **41**



Carga de trabajo mantenimiento y dinamización redes FB y TW

