

Guía de Buenas Prácticas en Comunicaciones



Buenas Prácticas

DIRECCIÓN DE COMUNICACIONES

VERSIÓN ONLINE:

<http://issuu.com/uniandinos/docs/practicascamunicaciones>

EDICIÓN COMUNICACIONES

**DIRECTORA DE
COMUNICACIONES**

Irma Yenny Rojas Jovel

**DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
COMUNICACIONES**

Kelly Castañeda Rua

comunicaciones@uniandinos.org.co

www.uniandinos.org.co
Bogotá - Colombia



Contenido

PRESENTACIÓN	4
BUENAS PRÁCTICAS GENERALES	6
PIEZAS GRÁFICAS	8
MAILING	10
REDES SOCIALES	12
PÁGINA WEB	20
EVENTTIA	22
MATRIZ DE MEDIOS	28
FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO	30
TIPS GENERALES DE COMUNICACIÓN	34

1

Presentación

Esta Guía de Buenas Prácticas pretende ser un documento de consulta frente a los principales y más frecuentes procesos y procedimientos de la Dirección de Comunicaciones, a fin de facilitar la comprensión del proceso y las responsabilidades compartidas para el logro de un buen resultado de comunicación para la organización.

La comunicación en Uniandinos debe ser entendida como **un proceso dinámico de construcción colectiva**. Este debe darse con un adecuado uso del lenguaje, de connotación positiva y tener características de respeto, veracidad, oportunidad, responsabilidad y cumplimiento.



2

Buenas Prácticas Generales

2.1

Para solicitar un servicio de Comunicaciones, debe diligenciar completa y detalladamente el *Brief*. Encuéntrelo en **Comunicando** en la sección Documentos Organizacionales. Posteriormente notifíquelo a través del correo: asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co

2.2

La solicitud será ingresada al tráfico interno del proceso el siguiente día hábil. Se informará al profesional del capítulo y/o responsable del área la fecha prevista de entrega de la pieza. El tiempo promedio de respuesta es entre 3 y 5 días hábiles.

2.3

Los eventos que estén publicados en la página web los miércoles de cada semana antes de las 3 de la tarde serán divulgados a través del Semanario, el viernes de la misma semana. Para las Agendas Quincenales, que se emiten el 1 y 15 de cada mes, los eventos deben estar publicados dos (2) días hábiles antes de la quincena correspondiente.

2.4

Si se requiere cubrimiento fotográfico para algún evento, debe solicitarse durante el Comité de Eventos que se lleva a cabo mensualmente o mínimo con tres (3) días de anticipación a la realización del mismo, al correo:

asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co

Esto con el fin de garantizar la disponibilidad del fotógrafo, especificando: fecha, hora, duración y responsable del evento.



El tiempo promedio de respuesta será entre 3 y 5 días hábiles.

Piezas gráficas

3.1

El diligenciamiento correcto del *Brief* permite la elaboración de piezas gráficas que correspondan al objetivo que se desea comunicar. Esta solicitud ingresa desde el momento en el que se envía el formulario y se le informará vía mail los tiempos estimados de diseño y divulgación. Si usted tiene dudas acerca del *Brief*, puede comunicarse en cualquier momento al área de comunicaciones vía mail: asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co o en la ext. 309.

3.2

En caso de requerir ajustes, serán realizados en un término no mayor a 2 días hábiles.

3.3

Si una vez revisada la pieza con los primeros ajustes solicitados se determina la necesidad de nuevos ajustes de fondo, la pieza será programada como una nueva solicitud para no afectar los tiempos de entrega de otras solicitudes.

3.4

Una vez aprobada la pieza gráfica, se procede con la divulgación pertinente a través de los diferentes canales programados previamente.

3.5

El Área solicitante es responsable de aprobar los artes de sus impresiones o piezas de *merchandising*, así mismo, debe velar por el correcto uso de la imagen institucional. Siempre puede consultar el uso de la imagen corporativa en la página web en la página web siguiendo la ruta: Sobre Uniandinos, Quienes Somos, Nuestros Símbolos. También puede consultar siempre a la Dirección de Comunicaciones.

3.6

Los procesos de impresión serán coordinados por el área de Comunicaciones con apoyo de Compras. Comunicaciones garantizará las características adecuadas para impresión y será el único responsable de aprobar pruebas de impresión.



Si la pieza es para impresión, recuerde validar con Comunicaciones las características del archivo que debe enviar al proveedor.

Mailing

4.1

Para el envío se usará la pieza previamente aprobada y la información publicada en web. Los envíos se harán a través de la plataforma institucional de envío.

4.2

El Capítulo o Área responsable de la solicitud podrá sugerir las bases de datos que sean pertinentes para realizar el envío. Su envío dependerá de la disponibilidad según programación establecida para optimización del medio.

4.3

Para conocimiento de los Capítulos y las Áreas, desde Comunicaciones se enviará el test mail del mailing.

4.4

Se usarán asuntos cortos que puedan despertar el interés del lector; se sugieren entre 5 y 8 palabras. Estos pueden ser sugeridos en la solicitud inicial por parte del Área o Capítulo correspondiente.

4.5

Si el mailing contiene imagen, debe incluir un texto introductorio como buena práctica para evitar que sea marcado como spam y para superar los filtros en servidores que no permitan visualizar imágenes.

4.6

Semanalmente se hará un máximo de 4 envíos a la base general de afiliados. Será una prioridad segmentar adecuadamente para evitar la saturación.

4.7

En cumplimiento de la Ley Habeas Data, se retirarán de la base de envíos aquellas personas que realicen la solicitud de desuscripción. Dicha opción deberá estar presente en todos los envíos realizados.



Redes Sociales

5.1

Uniandinos cuenta con presencia en tres (3) redes sociales (Facebook, Twitter y LinkedIn); estas se han perfilado de acuerdo a intereses así:

Facebook: divulgación

- Divulgación de eventos.
- Pauta publicitaria para dar a conocer eventos específicos.
- Dar a conocer contenido nuevo de nuestros sitios web: Uniandinos y Revista Séneca.
- Crear contenido para la comunidad.
- Crear álbumes de fotos de los eventos que cubre nuestro fotógrafo profesional.

5.2

La **Fan Page** de Facebook oficial de Uniandinos es administrada exclusivamente por el *Community Manager*. Por seguridad de la imagen y reputación de la marca no se otorgarán permisos para publicaciones o administración a terceros.

5.3

Cuando un Área o Capítulo esté interesado en crear una **Fan Page** de Facebook institucional es necesario:

- 1) Tener previa autorización del director de Área o Junta Directiva del Capítulo.
- 2) Debe realizar la solicitud formal al correo: direccioncomunicaciones@uniandinos.org.co explicando el objetivo y finalidad. Usted recibirá un correo con la aprobación.
- 3) Crear la **Fan Page** durante una capacitación con el *Community Manager*.
- 4) Gestionar y hacer seguimiento a la **Fan Page** creado.

Tenga en cuenta:

La persona delegada por el Área o Capítulo tendrá el rol de editor para manejar la **Fan Page**, el cual le permite publicar, ver estadísticas, responder y hacer comentarios. El *Community Manager* es la única persona que tendrá el rol de administrador¹.

¹El administrador es la persona encargada de generar y eliminar roles dentro de una **Fan Page** de Facebook.

5.4

Para la creación de **Grupos** en Facebook es necesario:

- 1) Tener previa autorización del director de Área o Junta Directiva del Capítulo.
- 2) Realizar la solicitud formal al correo: direccioncomunicaciones@uniandinos.org.co explicando el objetivo y finalidad. Usted recibirá un correo con la aprobación.
- 3) Crear el grupo de Facebook durante una capacitación con el Community Manager.

Tenga en cuenta: el *Community Manager* también será incluido como administrador en el grupo de Facebook.

Twitter: cubrimiento

- Dar a conocer contenido nuevo de nuestros sitios web: Uniandinos y Revista Séneca.

5.5

Para la creación de Perfiles en Twitter es necesario:

- 1) Tener previa autorización del director de Área o Junta Directiva del Capítulo.
- 2) Realizar la solicitud formal al correo: direccioncomunicaciones@uniandinos.org.co explicando el objetivo y finalidad. Usted recibirá un correo con la aprobación.
- 3) Crear el perfil de twitter únicamente con el correo institucional y se realizará durante una capacitación con el *Community Manager*.

LinkedIn

- Compartir contenido de carácter profesional.
- Dar a conocer ofertas laborales.

5.6

La estructura de los contenidos de las redes sociales debe tener como enfoque principal informar. En ocasiones se podrá atraer al público con contenidos de entretenimiento.

5.7

Las redes institucionales tienen la administración exclusivamente en cuentas de correo institucionales. Por protección de la marca Uniandinos, no se entrega la administración a cuentas personales. Se podrán dar permisos de edición a cuentas personales de miembros de Uniandinos que no posean cuentas de dominio institucional (miembros de capítulos).

Tenga en cuenta: la creación de cualquier perfil, cuenta o red social a nombre de Uniandinos, debe tener acompañamiento de la Dirección de Comunicaciones, a través de una solicitud formal al correo direccioncomunicaciones@uniandinos.org.co explicando los objetivos y finalidad del perfil. Lo anterior se hace con el fin de proteger la marca en las redes sociales.

5.8

Se recomienda el uso de *hashtag* como táctica de posicionamiento, los contenidos publicados en cualquier red social y que hagan referencia a informaciones institucionales deben etiquetarse con **#SomosUniandinos**, además de llevar la etiqueta del Capítulo o Área correspondiente. Ejemplo: **#ASU, #Emprenandinos** etc.

Se recomienda el uso de los siguientes *hashtags* como táctica de posicionamiento:

- Contenidos que hagan referencia a informaciones institucionales:
#SomosUniandinos
- Contenidos que hagan referencia a nuestra Sede Nacional:
#MásQueUnLugarNuestraCasa
- Contenidos en los que se resalte la labor y trabajo de un Uniandino:
#OrgulloUniandino

5.9

En caso de utilizar de manera visible URL's, se recomienda acortarlas usando herramientas como www.bit.ly o <https://goo.gl/>, para optimizar espacio y mejorar visibilidad en la publicación. Usando cualquiera de las 2 herramientas usted podrá monitorear clics, ubicación geográfica de quienes vieron la URL, horas en que más se produjeron clics sobre una información, entre otras estadísticas.

5.10

La información brindada en los perfiles corporativos siempre será de carácter corporativo y/o institucional, excluyendo completamente la opinión de las personas a cargo de las redes.

5.11

Se recomienda la publicación de contenidos que fortalezcan la imagen positiva de Uniandinos, tales como premios, méritos y reconocimientos.

5.12

Se debe manejar de manera responsable las diferentes cuentas en dispositivos móviles. Por ejemplo, no dejar un celular o tableta en lugares expuestos a personas ajenas, así como mantener una contraseña para el acceso al dispositivo. No se recomienda usar la opción “Recordar contraseña y cuenta” que proporcionan las redes sociales.

No se recomienda usar la opción “Recordar contraseña y cuenta” que proporcionan las redes sociales



Menu | Edit | Help



ADD FRIEND



ADD FRIEND



ADD FRIEND



ADD FRIEND



ADD FRIEND



ADD FRIEND



ADD FRIEND



ADD FRIEND

To Do!!
- Add Friends
- ...

Tel 1011 3
* send email

FOLLOW
ONLINE!!
FRIENDS



6

Página Web

En el banner principal de la página web **circulan 6 notas** distintas que hacen alusión a eventos o noticias importantes para los Uniandinos y demás personas que visitan la página.

6.1

Los profesionales de Capítulos o encargados de Área que consideren importante una nota específica (nota previa de convocatoria, cubrimiento y nota post evento) para la página web, deberán sugerirlo durante el Comité de Eventos que se lleva a cabo mensualmente. Para las solicitudes que sean después de este comité puede hacerlo al correo electrónico: asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co

Tenga en cuenta: la nota estará en el banner principal de la página web máximo una semana, después pasará a las casillas específicas de cada área en la sección de noticias. La URL **seguirá vigente indefinidamente.**



Es ideal ser conciso en la información. Use un lenguaje amable, neutral y en tercera persona.

Eventtia

Recomendaciones generales

- Use títulos cortos y concisos. Evite el uso de mayúsculas sostenidas en todo el título.
- En los primeros 150 caracteres describa la información básica del evento, evite usar estilos (negrita, cursiva, color).
- Use imágenes de alta calidad que cuenten con derechos de uso. Usted encontrará una carpeta compartida en su computador llamada: Publicación de eventos (ANDROMEDA).
- Evite usar imágenes descargadas de Google incluso las que se encuentran “etiquetadas para reutilización”. Si no encuentra una imagen apropiada para

su evento, comuníquese a asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co para ayudarlo a buscar una imagen que se ajuste a su necesidad.

- Recuerde que cada vez que modifique el evento debe hacer clic en el botón “publicar”.
- Si modifica la fecha y hora del evento o lo elimina debe notificarlo a la Dirección de Comunicaciones al correo: asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co para evitar divulgar información errada.

Crear un evento:

7.1

Configure la información básica del evento sin dejar ningún espacio en blanco, títulos cortos y concisos, evite las mayúsculas sostenidas en los textos.

7.2

Use los logos oficiales del Área o Capítulo organizador con la marca de Uniandinos. Si su evento tiene más de un organizador, puede usar el logo oficial de Uniandinos y agregar los logos de los organizadores en el espacio de descripción.

7.3

En el campo Banner debe subir una imagen de tamaño 1200 x 450, esta será la imagen que aparecerá en el home de eventos de la página web.

7.4

La URL debe ser el nombre del evento, separe las palabras con guiones, no utilice tildes ni viñetas.

7.5

En la información básica del evento, específicamente en la descripción, solo debe escribir los primeros 150 caracteres y colocar un punto al finalizar la frase. No incluya hipervínculos en los primeros 150 caracteres.

Esta será la información que aparecerá en la web de Uniandinos. Si tiene más información tendrá que añadirla en el panel de inicio del sitio web.

Nota: Evite usar estilos (negrita, cursiva, color) en los primeros 150 caracteres.

7.6

Para Uniandinos la información de *Keywords* corresponde a las categorías de eventos. Están categorizadas así:

- Académico
- Cultural
- Deportes
- Lúdico
- Social
- Solidario

7.7

El nombre del remitente debe ser el Área o Capítulo organizador del evento.

7.8

En el campo "Registro" configure el tipo de asistentes al evento.

7.9

Cree categorías de asistentes que le permitan verificar las inscripciones, de manera más óptima:

- Incluya el campo "Cédula" dentro del formulario de inscripción.
- Si lo desea, incluya un campo para los datos del invitado.

- Siempre valide si el inscrito es afiliado.
- Recuerde que la persona que realiza el proceso de inscripción podrá retomar su registro en cualquier momento.
- Evite al máximo la cancelación de los eventos. En caso de ser necesario, se debe notificar al correo asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co. Tenga en cuenta que estos cambios afectan la divulgación programada en los diferentes canales.

7.10

Recuerde configurar el mensaje de registro exitoso:

Hola `${first_name}`

Tu solicitud de registro ha sido exitosa.

*Incluya el logo del Área o Capítulo.

7.11

En el campo “Programa” incluya la información de las conferencias. Si el evento tiene varios momentos puede configurarlos en “Talleres”.

7.12

Usted puede hacer su *site* más fácil de navegar. Se recomienda seguir el orden sugerido para los paneles:

Libre (si lo necesita)

Inicio

Ponentes

Registro

Lugar

Cuenta atrás

Redes sociales de Uniandinos y Capítulos

*Si el evento cuenta con desarrollo de piezas por parte de Comunicaciones, podrá usar el panel libre para ubicar la imagen.

De lo contrario, se sugiere no activar este panel. Esta imagen no llevará texto y debe ser incluida en la solicitud inicial.

7.13

En el panel inicio debe colocar la descripción completa del evento, incluida la imagen. Suba la imagen haciendo click en el ícono de la pintura.

7.14

Luego de ingresar la información completa, finalice la publicación del evento haciendo clic en el botón "Publicar".

Matriz de Medios

CANAL	DESCRIPCIÓN	PERIODICIDAD
Revista Séneca	Medio de comunicación impreso con mayor alcance. 11.000 ediciones. Su objetivo es divulgar noticias y hechos de interés de la comunidad Uniandina, comunicar el portafolio de servicios y resaltar a afiliados sobresalientes, entre otros temas de interés para la comunidad Uniandina.	Trimestral
Revista Séneca Digital (www.revistaseneca.com)	Versión digital del medio de comunicación impreso con mayor alcance. Su objetivo es divulgar hechos de interés para la comunidad Uniandina y contar las mejores historias de los Uniandinos.	Permanente
Página web	Principal canal de comunicación con los afiliados y la comunidad en general. Tiene como objetivo ser la presentación de la Organización y sus servicios, así como canal de divulgación de eventos, convocatorias, principales acontecimientos y noticias importantes.	Permanente
Mailing	Canal de comunicación directa con los afiliados a través del correo electrónico. Se usa principalmente para divulgar información y comunicaciones importantes de la organización.	Permanente
Semanario	Agenda de eventos diseñada con el fin de mantener informados a los Uniandinos los diferentes eventos que se realizarán cada semana.	Semanal
Comunicando	Principal canal de comunicación interna con colaboradores. Su objetivo principal es compartir información de interés y promover los valores institucionales.	Quincenal

Redes Sociales	Facebook	<p>Red social cuyos principales usos son: divulgar eventos, generar tráfico a la página web, destacar servicios de la asociación, interactuar con afiliados y generar posicionamiento.</p> <p>Tipos de publicaciones: contenidos creativos, piezas gráficas e invitaciones digitales a eventos, fotografías y vídeos de interés para el público objetivo de la organización.</p>	Permanente
	Twitter	<p>Red de seguidores que incentiva la comunicación en tiempo real acerca de los acontecimientos y eventos. Se usa principalmente para divulgar información en tiempo real.</p> <p>Tipos de publicaciones: contenidos creativos, piezas gráficas con ciertas medidas, fotografías con citas o imágenes con títulos atractivos y vídeos de no más de 1 minuto.</p>	Permanente
	LinkedIn	<p>Red social para profesionales y empresas, con el objetivo de generar networking y establecer redes de contactos con otros profesionales. Se usa principalmente para divulgar información de carácter profesional, generar contenido de valor para los profesionales y publicar e invitar a las personas a participar en eventos de: networking, búsqueda de empleo, conferencias de fortalecimiento profesional.</p>	Permanente
Agendas Temáticas	<p>Agenda de eventos quincenal, segmentada de acuerdo con la categorización presente en la página. Existen actualmente tres agendas segmentadas por categorías así: Académico y Solidario; Lúdico, Social y Deportivo y, Cultural.</p>		Quincenal
Agenda Telefónica	<p>Agenda de eventos semanal que se encuentra en una opción del IVR en nuestro Contact Center</p>		Semanal
Audios Promocionales IVR	<p>Grabaciones de 20 segundos que se producen y publican en la planta telefónica, usadas principalmente para la promoción de eventos que exigen amplia convocatoria.</p>		Quincenal

9

Uso correcto de la firma de correo electrónico

Por medio de este documento presentamos la forma correcta para firmar las comunicaciones emitidas a través del correo electrónico corporativo.

9.1

Ingrese a Outlook y seleccione la opción mensaje nuevo.

9.2

Seleccione la opción firma y después firmas.

9.3

Cree una nueva firma y otórguele un nombre.

9.4

Ingrese la información de contacto para la firma

- **Remitente:** nombres y apellidos, evitar el uso de seudónimos o apodos.
- **Cargo:** cargo en el que se desempeña dentro de Uniandinos.
- **Empresa:** nombre de la empresa (Uniandinos).

- **Dirección:** en este este espacio debe escribir la dirección de la sede de Uniandinos en la que se encuentra ubicado.
- **Teléfono:** número telefónico de Uniandinos y extensión.
- **Web:** dirección de la página web de Uniandinos (www.uniandinos.org.co)

Tenga en cuenta: la tipografía que debe usar en la firma es Arial, tamaño 10 pts y solo es necesario resaltar en negrilla su nombre y el nombre de Uniandinos.

9.5

Se debe ubicar después de la información de la firma el banner Uniandinos. Usted puede encontrarlo ingresando a **Comunicando**, en la sección documentos organizacionales.

9.6

A continuación se debe ubicar el mensaje de confidencialidad:

Este mensaje y sus anexos, enviado mediante correo electrónico, contiene información CONFIDENCIAL. Si usted no es el destinatario autorizado, y recibió este mensaje por error; absténgase de utilizarlo o revelarlo de cualquier forma. Por favor informe al remitente y posteriormente bórralo de su sistema sin conservar copia del mismo. La utilización o difusión no autorizada de este mensaje está prohibida por la ley y tampoco está autorizada por su remitente.

Ejemplo de como se debe visualizar la firma en su correo electrónico:

Su mensaje

Su nombre debe estar en negrilla

Su cargo

Uniandinos

PBX:616 2211 Ext. 000

Calle 92 # 16-11

www.uniandinos.org.co



Este mensaje y sus anexos, enviado mediante correo electrónico, contiene información CONFIDENCIAL. Si usted no es el destinatario autorizado, y recibió este mensaje por error, absténgase de utilizarlo o revelarlo de cualquier forma. Por favor informe al remitente y posteriormente bórralo de su sistema sin conservar copia del mismo. La utilización o difusión no autorizada de este mensaje está prohibida por la ley y tampoco está autorizada por su remitente.



Tips generales de Comunicación

Para no olvidar...

- Confirmar siempre la información que se recibe sobre el evento, en comunicación siempre es mejor preguntar que suponer.
- Registrar lo más completa posible la información tanto en el *Brief* de solicitudes como en la web.
- Si tiene referentes visuales o información adicional que adjuntar, por favor envíelas al correo: asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co
- Es recomendable que la solicitud o publicación sea mínimo 3 semanas antes de la realización del evento.
- Si usted es profesional de Capítulos y tiene alguna duda sobre el proceso de

divulgación, por favor consulte con el Área de Comunicaciones antes de informar al organizador del evento al correo: asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co

- Es necesario descargar el listado de afiliados inscritos y darle uso adecuado a sus datos. Está prohibido suministrarlos a un tercero o darles un uso distinto al del evento.
- Es importante contar con información clara y oportuna, **la credibilidad de Uniandinos la construimos todos.**
- Recuerde que cualquier modificación de la información o eliminación de un evento debe notificarlo a la Dirección de Comunicaciones para evitar divulgar información errada.

DIRECTORA DE COMUNICACIONES:

Irma Yenny Rojas Jovel
direccioncomunicaciones@uniandinos.org.co
Ext.308

COORDINADORA DE COMUNICACIONES:

Cristina Forero Rodríguez
María Alejandra Quintero Torres (E)
coordinacioncomunicaciones@uniandinos.org.co
Ext.351

ASISTENTE DE COMUNICACIONES:

Lina María Ayala Sánchez
asistentecomunicaciones@uniandinos.org.co
Ext. 309

REDACTOR DIGITAL:

Carolina Tobar Amorocho
redactor digital@uniandinos.org.co
Ext.172

COMMUNITY MANAGER:

Omar González Pinto
community@uniandinos.org.co
Ext.355

DISEÑADOR GRÁFICO:

Manuel Alejandro Saenz Pinilla
diseño@uniandinos.org.co
Ext. 166

CREATIVA COPY:

Kelly Castañeda Rúa
creativo@uniandinos.org.co
Ext. 105

“Estamos para apoyarlo en todo cuanto desee comunicar, así que no dude en contactarnos”.

