

Do's and Don'ts for Building Your Social Media Presence

Qué hacer y qué no hacer para construir tu presencia en las redes sociales

Por V. Michelle Bernard

SI

- Crea cuentas de Instagram, Facebook y Twitter para tu iglesia, escuela y organizaciones.
- Publica regularmente fotos, citas, información de eventos y noticias en tus plataformas de redes sociales.
- Comparte momentos que otros querrán compartir: bautismos, dedicatorias, aniversarios, celebraciones, logros, etc. Publica sobre días festivos/eventos locales/temas populares de interés, pero agrégale el tinte de tu organización.
- Recuérdales a las personas que te sigan en las redes sociales a través del boletín de la iglesia, el sitio web, los anuncios en pantallas y durante el período de anuncios.
- Sigue las noticias locales y personalidades de los medios y comparte tus noticias con ellos en las redes sociales.
- Sigue a otros usuarios de redes sociales e interactúa con tus seguidores.
- Etiqueta las organizaciones y las personas que aparecen en tus publicaciones. Ellos pueden compartir tu publicación si son mencionados.
- Usa fotos, GIF y videos de calidad para mayor participación.
- #Hashtag tus publicaciones para que las personas que buscan ese tema las vean.
- Piensa en los tipos de publicaciones con los que tú más interactúas personalmente y luego crea los mismos tipos de publicaciones para las cuentas de tu iglesia/escuela.
- ¡Se puntual! Por lo general, publicas tus fotos personales justo después de (o durante) los eventos familiares). Actualiza las cuentas de tu organización de la misma manera, en "tiempo real".
- Piensa en lo que hace que tu organización sea especial. Comparte/crea contenido que ayude a contar esa historia e inspire a otros a trabajar para alcanzar los objetivos de tu ministerio.
- ¡Responde! Si alguien le envía un mensaje a tu organización con una pregunta, ¡responde a tiempo!
- Estudia los mejores momentos para publicar. Usa tu analítica para ver cuando las personas responden más.

NO

- No publiques canciones y videos sin asegurarse de tener la licencia del derecho de autor para hacerlo. (¡Esto significa también transmisiones en vivo de servicios religiosos y música especial!)
- No publiques demasiado. Haz que tus publicaciones sean significativas.
- No publiques material solamente. Atrae a los lectores.
- No publiques la misma información y gráficos en todas las plataformas. Considera la plataforma que estás usando. Usa atractivos gráficos en Instagram, comparte noticias en Twitter y usa Facebook para atraer a tu audiencia a un nivel más profundo.
- No publiques en tus cuentas personales primero. La construcción de tu marca personal es importante en los eventos (la gente lo hace de todos modos), pero tu organización debe ser la "fuente" de noticias. Comparte las publicaciones de la organización en tus cuentas personales y anima a tus líderes a hacer lo mismo.

V. Michelle Bernard se desempeña como directora asistente de Servicios de comunicación para la Conferencia de la Unión de Columbia y como editora asistente de noticias, artículos y contenido en línea para la revista Columbia Union Visitor.