**DOs & DON'Ts - Redes Sociales**

KIT COMMS 01  
 **GUIÓN DEL ENTREGABLE**

* **Consejos prácticos y directrices claras** para la ejecución eficaz de la campaña.
* **Redes Sociales:** qué hacer y qué evitar en la publicación (hashtags, etiquetado, interacción, frecuencia, tipo de contenido, relacionamiento).
* **Comunicación directa con colegiados:** recomendaciones para emails, circulares, comunicaciones en reuniones o eventos presenciales.
* **Ejemplos de éxito y errores comunes** (si aplica, con el tiempo).

**QUÉ HACER (DOs)**

**Tipo de contenido**

* **Incluir siempre la palabra Upro en los contenidos.**
* **Comparte contenido de valor** que resalte los beneficios de los cursos para la práctica profesional *(ej. "Aprende IA aplicada a tu profesión y optimiza tu trabajo 🚀")*.
* **Utiliza formatos variados centrados en el curso**: imágenes atractivas de la plataforma o de los ponentes, videos cortos explicativos de los módulos, infografías con el temario, testimonios de colegiados que ya se hayan beneficiado de formación similar.
* **Crea una llamada a la acción clara y visible en cada publicación**, siempre enfocada en la inscripción a los cursos *(ej. "¡Inscríbete aquí! 👉", "Más información sobre el curso en el link de la bio 💡")*.
* **Añadir también los CTAs (call to action) en las creatividades**. En las piezas que se publiquen en formato stories, se recomienda añadir los links pertinentes o llamadas a la acción en el primer story. Con el objetivo de garantizar un mayor impacto o alcance de los enlaces de acceso.

**Hashtags**

* **Utiliza siempre los siguientes hashtags:** #Upro #UniónProfesional #UPdigital #CompetenciasDigitalesUpro #NextGenerationEU #GeneraciónD #TransformaTuMundo

**Etiquetados**

* Etiqueta siempre a Unión Profesional, Red.es y los implicados en el proyecto en todas las publicaciones relacionadas con los cursos.
* Si hay colaboradores o ponentes destacados de los cursos, etiquétalos también (con su consentimiento).

**Emojis**

* Utiliza emojis de forma estratégica para añadir un toque visual y amigable, mejorar la legibilidad y reforzar el mensaje del curso (ej. 🎓 para formación, 🚀 para crecimiento, 💡 para aprendizaje, ✅ para beneficios).
* Que los emojis complementen el texto y no lo sustituyan.

**Tono**

* **Tono**: adaptado al del proyecto.
* **Enfoque en el colegiado**: siempre destaca cómo los cursos benefician directamente al colegiado en su práctica diaria, en su crecimiento profesional y en su adaptación al entorno digital.

**Interacción y relacionamiento**

* **Interacción:**
  + **Responde activamente a los comentarios y preguntas** de los colegiados sobre los cursos de forma rápida, útil y con un tono positivo.
  + Fomenta la conversación haciendo preguntas abiertas relacionadas con las temáticas de los cursos en tus publicaciones.
  + Muestra agradecimiento por los comentarios positivos.
* **Relacionamiento:**
  + **Revisa las interacciones con los contenidos publicados después de que sean publicados.** Observa qué tipo de contenido de los cursos genera más engagement (me gusta, comentarios, compartidos, guardados).
  + Monitoriza las menciones de tu colegio y de Unión Profesional relacionadas con los cursos.
  + Comparte o retuitea contenido relevante de Unión Profesional o de otros colegios que estén promoviendo los mismos cursos.

**Creación de otras vías comunicativas**

Se recomienda el uso de “Stories destacados” (Highlights) de Instagram para crear un **canal de información permanente y accesible** sobre los cursos en los perfiles.

* **A nivel de Unión Profesional:** con los materiales visuales ya generados y publicados, las acciones a realizar son:
  + Definir las categorías de Highlights: establecer las carpetas temáticas principales.
  + Diseñar las portadas: crear iconos de portada con la identidad visual de la campaña para cada categoría.
* **A nivel de Colegios:** se recomienda que implementen estas carpetas en sus perfiles utilizando las portadas proporcionadas, y las mantengan actualizadas guardando todas las stories relevantes sobre los cursos.

**Ejemplos de categorías a crear:**

* **INFO CURSOS ℹ️:** Información general y objetivos.
* **TEMARIO 🎓:** Módulos y desglose de contenidos.
* **FAQ ❓:** Preguntas frecuentes que vayan surgiendo.
* **INSCRIPCIÓN 👉:** Enlace directo y guía de registro.
* **TESTIMONIOS ✅:** Experiencias de los colegiados.

**QUÉ NO HACER (DONTs)**

**Tipo de contenido**

* No uses imágenes o vídeos de baja calidad o que no sean profesionales, que puedan restar seriedad a la oferta formativa (no contenidos que no estén alineados con la identidad de la marca).
* Evitar publicaciones excesivamente largas o con demasiada información.

**Hashtags**

* No uses hashtags que no estén relacionados con la temática del curso o que sean demasiado genéricos.
* Evita el "hashtag stuffing" (usar demasiados hashtags).

**Etiquetados**

* No etiquetes a personas o entidades que no estén directamente relacionadas con la publicación del curso.

**Emojis**

* No abuses de los emojis; un exceso puede restar profesionalidad y claridad al mensaje.

**Tono**

* **Tono:** evita un tono demasiado informal. No utilices un tono alarmista o que genere presión excesiva.
* **Lenguaje:** no uses un lenguaje ambiguo o confuso que pueda generar dudas sobre los cursos.

**Interacción y relacionamiento**

* **Interacción:**
  + No dejes preguntas sin responder, especialmente las relacionadas con la inscripción o los detalles de los cursos.
  + Evita entrar en discusiones o debates negativos. Si surge una crítica, no responder y reportar el caso al proyecto. Para analizar la situación y estudiar la forma de proceder.
* **Relacionamiento:**
  + No te limites a publicar y olvidarte. La monitorización y la interacción son clave para el éxito de la promoción de los cursos.