

# GESTIÓN REDES SOCIALES CONGRESOS

Gestionamos eficazmente la Comunicación Digital de los Congresos



1

## Conocer el proyecto

Cuando iniciamos un proyecto **para la organización de un Congreso o Reunión Científica**, se solicita al cliente información general: objetivos, presupuesto, composición de los comités, título del evento, asistentes y sede, entre otros. Para gestionar con eficacia las **RRSS del Congreso**, también es importante conocer: el hashtag, menciones principales, perfiles de redes de los ponentes con mayor presencia en Internet y el de los patrocinadores, etc. Todos estos datos están contemplados en el «**Planning de RRSS del Congreso**» que debe necesariamente implementarse con la mayor celeridad.



2

## Objetivos RRSS

La gestión de las Redes Sociales del Congreso obedece a varios objetivos, especificados en el «**Planning de RRSS del Congreso**», principalmente: incremento del número de inscripciones al Congreso, retorno-notoriedad de los patrocinadores y colaboradores, liderazgo de la entidad organizadora en su área de conocimiento y divulgación de los principales contenidos científicos en la sociedad y en el propio espacio de interés del cliente.



3

## Reunión de trabajo

El «**Planning de RRSS del Congreso**» contempla todos los aspectos imprescindibles para el desarrollo eficaz de las **comunicación digital del Congreso**. No obstante, será necesario confirmar los datos especificados en el documento con el cliente y acordar la **agenda y cronograma** de trabajo, en función del tipo de servicio contratado: Estándar, Premium o proyecto personalizado.

En una **reunión de trabajo** -preferiblemente presencial- con el cliente se cierra este importante proceso.



4

## Implementar el «Planning»

En la **Web del Congreso** estará ubicado en un lugar destacado el hashtag del Congreso y las referencias a los perfiles de redes de los ponentes y patrocinadores.

Paralelamente también se iniciará el proceso de publicaciones, según el «**Planning de RRSS del Congreso**» consensuado y aprobado por el cliente.



5

## Acción y control

Los post sobre los contenidos del Congreso se irán publicando según el cronograma aprobado y estará disponible para el cliente **en la nube** donde, además, habrá un repositorio con toda la información y archivos del proyecto.

**Todas las publicaciones tienen que tener la autorización expresa del cliente**, tanto en imagen como en contenidos.

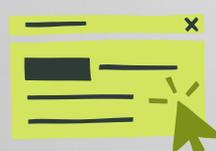


6

## Durante el Congreso

Durante el Congreso se **intensificarán las publicaciones** y se resaltarán las principales intervenciones y actividades, tanto congresuales como paralelas al evento.

Tendrá importancia las imágenes actualizadas y la **inmediatez de la comunicación difundida** en Internet, así como la sinergia con los demás asistentes y entidades participantes mediante el hashtag del Congreso.



7

## Medición de resultados

**Medir los resultados mediante métricas** permite valorar la dimensión del trabajo en **RRSS** y el impacto real de las acciones en Internet. Datos como impresiones, Interacción o engagement pueden ser del interés del cliente, así como auditoría para la **mejora continua del próximo Congreso**.