

PLAN DE COMUNICACIÓN SOCIAL 2024

- **Objetivo General:** Facilitar la interacción, comprensión y participación entre los usuarios que nos siguen a través de medios digitales e impresos.
- **Metas Clave:**
 1. Aumentar el tráfico del sitio web en un 25%.

Objetivos y Estrategias

- **Objetivo Específico 1: Aumentar el tráfico del sitio web en un 30%**
 - **Estrategias:**
 1. Optimizar el contenido existente.
 2. Ejecutar campañas en redes sociales.
- **Objetivo Específico 2: Mejorar la tasa de conversión en un 15% en la página web.**
 - **Estrategias:**
 1. Ofrecer contenido educativo descargable referente al cuidado del agua.
 2. Facilitar y transparentar los requisitos para los trámites y servicios.
- **Objetivo Específico 3: Generar un 25% más de leads**
 - **Estrategias:**
 1. Crear contenido atractivo y relevante, sobre temas como: cuidado del agua, pago oportuno, formas de pago, tramites y servicios.
 2. Encuestas de satisfacción del servicio en el sitio web.

Calendario de Actividades

- **Planificación Anual:**
 - **Enero-Marzo:** Optimización del contenido y encuestas para entender las necesidades y preocupaciones de los usuarios.
 - **Campaña digital por el día mundial del agua 2024.**
 - Identificar líderes de opinión y colaboradores potenciales.
 - **Abril-Junio:** Realizar diseños del sitio web y seguimiento a campañas para el cuidado del agua.
 - Establecer y promover canales de comunicación, como redes sociales, boletines electrónicos y medios impresos.
 - **Julio-Septiembre:** Seguimiento a resultados de encuestas de satisfacción.
 - Difundir contenido educativo sobre el tema central.
 - Colaborar con expertos y líderes de opinión para contribuciones
 - **Octubre-Diciembre:** Mantener una participación activa a través redes sociales y comentarios con la ciudadanía.
 - Implementar ajustes en la estrategia según las necesidades emergentes.
 - Evaluación y ajuste de estrategias según resultados.
 - Monitoreo y Evaluación

Indicadores de Desempeño:

- *Tráfico del Sitio Web.*
- *Generación de Leads.*
-

• Frecuencia de Evaluación:

- *Trimestral:* Evaluación de estrategias y ajustes.

Ajustes y Mejoras:

- Revisión de resultados y ajuste de estrategias según sea necesario.

Comunicación y Divulgación

Públicos Objetivo: Usuarios de SAPAM

Canales de Comunicación:

Boletines, flyer, display, periódico, perifoneo y redes sociales.

• Mensaje Clave:

- Transparencia en las acciones realizadas y los resultados obtenidos.

Capacitación y Desarrollo

• Necesidades de Capacitación:

- Capacitación en herramientas de análisis web.
- Actualización sobre las últimas tendencias en marketing digital.

• Programas de Desarrollo:

- Sesiones de capacitación mensuales y participación en conferencias.

Evaluación Final y Documentación

• Informe de Cierre:

- Evaluación final de los objetivos alcanzados.
- Lecciones aprendidas y recomendaciones para el próximo año.

• Evidencias:

- Archivo de informes trimestrales y resultados
- Actualización de estrategias para referencia futura.