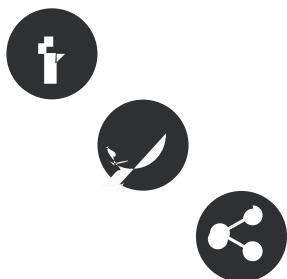
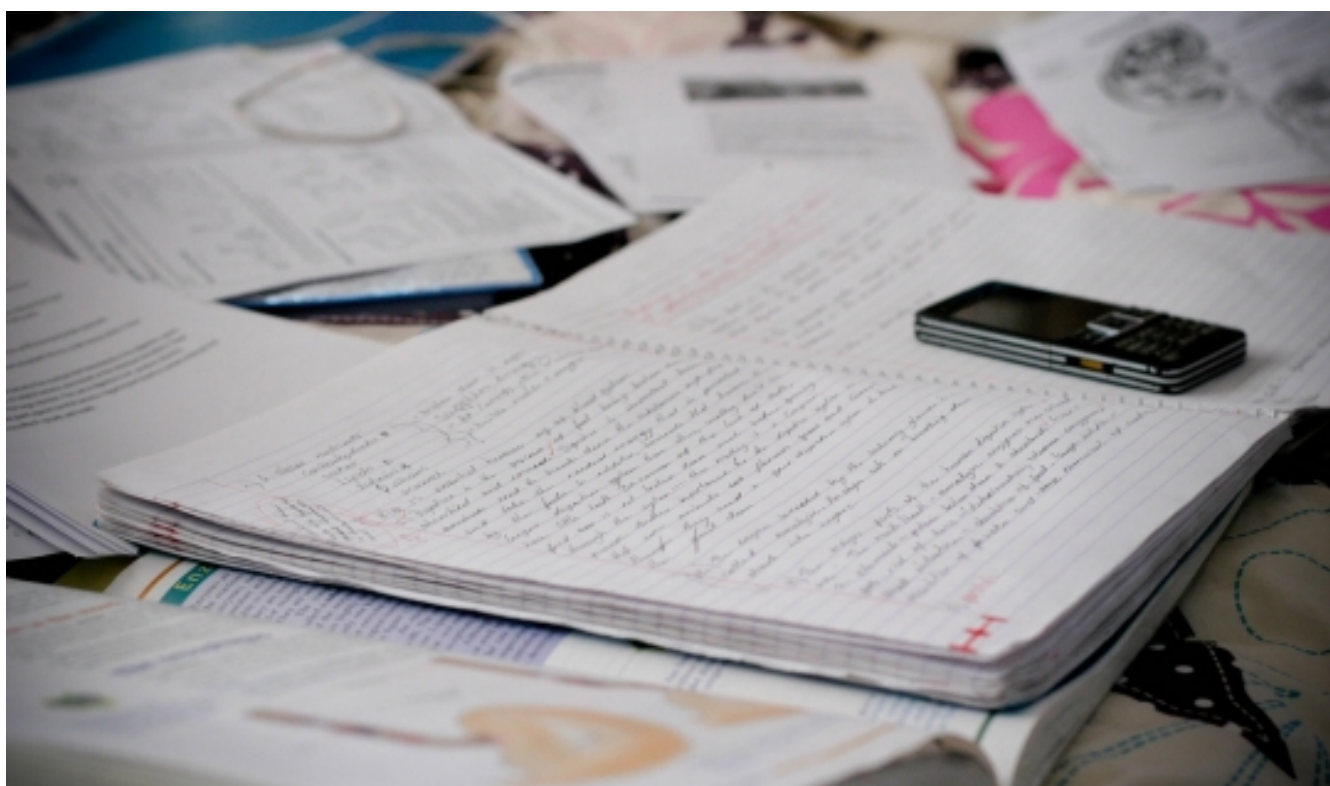


Sense estratègia a les xarxes socials



19/03/2017



Sense estratègia a les xarxes socials

Resum:

Les xarxes socials ofereixen una gran oportunitat a les entitats per connectar, comunicar i atreure noves persones, sempre que es defineixi una estratègia, uns objectius i unes accions, en el marc d'un pla de Social Media.



Enric Cortiñas

[@enriccortinhas](#)

Des de la seva [plataforma personal](#), treballa amb ONG i empreses socials que volen aconseguir els seus objectius i millorar el seu impacte digital.

[més articles de Enric Cortiñas](#)

Televisions, ordinadors, tauletes, telèfons mòbils..., les noves tecnologies formen part de les nostres vides, fins al punt que els menors de 30 anys passen 10,5 hores diàries al davant d'una pantalla, les persones d'entre 31 i 45 anys hi passen 9,3 hores i els més grans de 60 anys hi passen 3,8 hores.

En aquest context tenen especial rellevància les xarxes socials i la web 3.0. De fet, les xarxes socials s'han convertit en les principals aliades de les entitats sense ànim de lucre, especialment de les petites i mitjanes. És el que es desprèn d'un estudi elaborat per [Nonprofit Tech for Good](#), segons el qual, el 92% de les ONG a nivell global té una pàgina de Facebook; el 72% té un perfil a Twitter; i el 39% té un perfil d'Instagram.

No obstant això, i malgrat aquestes dades, moltes d'aquestes organitzacions reconeixen no tenir una estratègia definida sobre com utilitzar les seves xarxes socials, i només el 32% tenen una estratègia [Social Media](#) per escrit.

Les accions a les xarxes socials poden tenir una altíssima repercussió, però les entitats han de ser conscients que cal invertir temps en planificar i gestionar, sobretot en les primeres etapes, on l'evolució és lenta i els resultats es fan esperar.

Una de les claus perquè les organitzacions aconseguixin tenir èxit a les xarxes socials, és involucrar les persones voluntàries. Aquestes persones han de ser un dels pilars de l'estratègia de comunicació digital, ja que són persones especialment compromeses i identificades amb les organitzacions amb les que col·laboren, i faciliten una comunicació propera, continuada i transparent amb l'entorn.

En aquest mateix sentit, la presència de la junta directiva a les xarxes socials ajudarà a l'entitat a complir els seus objectius generals, i al mateix temps mantindrà l'equip directiu al dia de les tendències tecnològiques.

Un aspecte a tenir en compte, són els recursos que es poden assignar a la gestió de les xarxes socials. No té cap sentit donar d'alta perfils a les xarxes socials si no es doten de continguts. Per això, cal seleccionar quines xarxes són interessants per als objectius de l'entitat, i de quins recursos, tant econòmics com humans, es disposa.

En definitiva, les xarxes socials ofereixen una gran oportunitat a les entitats per connectar, comunicar i atreure noves persones, sempre que es defineixi una estratègia, uns objectius i unes accions, en el marc d'un pla de Social Media.

Etiquetes: [Enric Cortiñas](#), [comunicació associativa](#), [tercer sector](#), [xarxes socials i internet](#)

URL d'origen: <https://xarxanet.org/opinio/sense-estrategia-les-xarxes-socials>