

COMPRENDE

A TU PÚBLICO



Conoce el público al que te diriges

Tip: Sé específico. Crea personas.



Estás muy ocupado. Ellos también.

No malgastes tu tiempo ni el de ellos.



El mundo no gira alrededor de ti.

Muestra interés en necesidades de otros, no solo en tuyas.



Haz a otros lo que te gustaría para ti

A todos les gustan los RT y "like" tanto como a ti.



Limita las peticiones de ayuda

Idealmente mantenlas por debajo del 10%.



Sé responsivo

Responde en 24 horas. Intenta en menos.

PLANIFICA

TU CONTENIDO



¿Cuánto tiempo tienes?

Sé realista. Establece un tiempo. Apégate a él.



Mensual: estrategia de contenido

Identifica lo próximo. Programa las campañas.



Mensual: mensajes clave

Define mensajes claves para campañas y eventos.



Usa un calendario editorial

Descarga uno gratis en TopNonprofits.com/edcal



Semanal: crea lotes de contenidos

Maximiza el tiempo. Minimiza giros mentales.



Programa publicaciones en adelanto

Tip: varía las horas ligeramente y evita :00 y :30.



Mira los feeds al menos 2x por día

Si solo 2x, a mitad de la mañana y acabando la tarde.



¿Cómo mides el éxito?

Tip: Pon metas medibles. Monitorea tu progreso.

facebook

MEJORES PRÁCTICAS



Piensa el titular, no el artículo

Atrae la atención. Luego añade ?, acción o link.

0101

Publica en días alternos*

Mejor frecuencia para obtener y mantener "likes"



Una imagen vale 1000 palabras.

Tip: Limita las imágenes depresivas.



Cuenta buenas historias

Menos estadísticas. Más historias para tu público.



Usa el análisis con tus links

Extrae una idea. No te obsesiones con los números.

twitter

MEJORES PRÁCTICAS



No lo uses como Facebook

Varía el contenido. Evita re-envíos entre FB y Tw.



Publica al menos una vez por día*

Más es mejor. Varía los tiempos ligeramente.



Espacia tus tweets.

No más de 1 por hora (excluyendo @replies).



Mejor CTR: 8-9am, 2pm, 5pm, 3pm *

Malo: 1am-7am, 10am-1pm, 6-7pm.



Mejor RTs: mediodía-4pm*

Malo: antes de 10am y después de 7pm.



Tuitea el fin de semana.

Menos ocupado significa mayor CTR pero menos RTs.



Mantenlo corto y dulce

Menos de 125 caracteres permiten RT manuales.



No seas negativo*

(+) tweets se comparten un 34% más, (-) 13% menos.



Sitúa los links antes (1/4 del texto) *

Mayor probabilidad de CTR. Al final también esta bien.

* Basado en la investigación realizada por Dan Zarrella <http://danzarrella.com>



Si compartes este recurso, por favor incluye un link a <http://topnonprofits.com/posting-guide>

TOP NONPROFITS BY CRAIG VAN KORLAAR

topnonprofits.com

craig@topnonprofits.com