



Plan de comunicación



Plan de comunicación CPC



Planteamiento y públicos



Objetivos



Estrategias



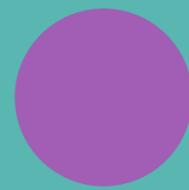
Acciones



Calendario editorial

Planteamiento

El Consejo de Participación Ciudadana necesita comunicar sus acciones a la ciudadanía, incrementar las y los seguidores que tienen en sus redes sociales y mejorar la percepción que tiene la opinión pública de su labor.

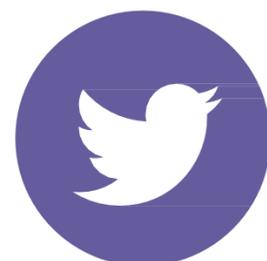


Contexto

Alcance actual de las redes sociales del CPC



815 seguidores y 686 me gusta



1117 seguidores

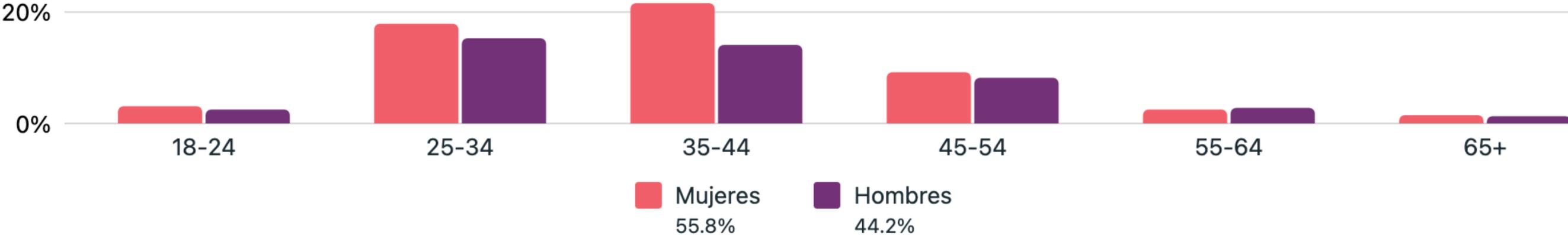
Perfil del público

Público ⓘ

Me gusta de la página de Facebook ⓘ

686

Edad y sexo ⓘ



Descripción de la estrategia

La propuesta se enfocará en:

- Posicionar la marca CPC.
- Destacar los proyectos y logros que se han alcanzado.
- Difundir las actividades y proyectos actuales.
- Promover las sesiones.

Objetivos

OBJETIVO 1

Incrementar el número de seguidores y alcance de las redes.

OBJETIVO 2

Generar reconocimiento y visibilidad del CPC.

OBJETIVO 3

Fomentar el tráfico durante las sesiones y eventos en vivo.



Estrategias

1

Realizar publicaciones de manera constante, compartir contenido de interés de otras páginas relacionadas y hacer transmisiones.

2

Generar contenido de calidad que permita conocer qué es, qué hace y qué actividades está realizando el CPC.

3

Difundir previamente los eventos y/o sesiones que se realizarán, enviarlos a los medios y destacar temas que puedan ser de mayor interés.

Acciones

1

1. Realizar dos publicaciones diarias en cada red social de lunes a viernes.
2. Abrir cuenta de Instagram.
3. Hacer una publicación invitando a seguir las redes del Consejo.
4. Publicar todos los eventos en los que participa y asiste el CPC.
5. Compartir contenido de otros CPCs e instituciones aliadas.

2

1. Elaborar infografías, numeralias, gráficas, frases y post relacionados con:
 - Funciones del CPC.
 - Proyectos en curso.
 - Logros alcanzados.
2. Reactivar el programa "Hablemos de Corrupción".

3

1. Elaborar invitaciones de las sesiones ordinarias.
2. Publicar invitaciones en las redes sociales.
3. Enviar invitaciones a los medios de comunicación.
4. Elaborar boletines de las sesiones.
5. Elaborar publicaciones con los acuerdos más importantes de las sesiones.

Flujo de la comunicación



ETAPA 1

Los integrantes del CPC proporcionarán la información que se va a publicar en los distintas plataformas.



ETAPA 2

El CPC enviará la información al Secretario (o encargado de despacho) y este a su vez la envía a la dirección de comunicación social para ser procesada.



PASO 3

El departamento de comunicación redacta/diseña/elabora el producto o la publicación.



PASO 4

Se envía el producto al representante del CPC para su aprobación.



PASO 5

Se publica/envía el producto aprobado.



Para redactar publicaciones efectivas, es necesario proporcionar al menos la siguiente información:

- Nombre del evento
- Quién organizó
- Quién asistió (autoridades e integrantes del CPC)
- Cuál es el objetivo del evento
- Dónde fue
- Fecha del evento
- Fotografía (vertical, de frente, resolución óptima)
- Enviar agenda mensual y/o semanal para conocer los temas que se estarán abordando.

Enviar la información antes de las 3:00 pm para que sea publicada de manera oportuna

Indicadores



NUEVOS SEGUIDORES

ALCANCE DE LAS PUBLICACIONES

MENCIONES EN LOS MMC

AUDIENCIA EN TRANSMISIONES



SECRETARÍA EJECUTIVA
DEL SISTEMA
ANTICORRUPCIÓN
DEL ESTADO DE COAHUILA

¡Gracias!

