

1A ¿Cuál es la misión de nuestra organización?

Saber lo que su organización está tratando de lograr guiará cada decisión que tome desde este punto en adelante, en términos de qué problemas abordar a través del cambio de comportamiento y cómo hacerlo.

1B ¿Estamos usando las redes sociales?

En primer lugar, observe si su organización utiliza actualmente las redes sociales en sus actividades y cómo lo hace.

1C ¿Cómo encajan las redes sociales en la estrategia de comunicación de la organización?

Una estrategia de comunicación útil incluye un plan sobre cómo utilizará las redes sociales junto con otros enfoques de divulgación para apoyar cada objetivo de comunicación específico.

1D ¿Cómo estamos coordinando las comunicaciones con los socios y las partes interesadas?

Coordinar con las otras organizaciones y agencias públicas responsables del desastre gestión para garantizar la mensajería unificada.

1E ¿Qué tan eficaz es nuestro enfoque de las redes sociales?

Mirar lo que ha funcionado y lo que no funciona para atraer a sus seguidores lo ayudará a expandir sus esfuerzos.

1F ¿Cuál es la capacidad de la organización para las actividades en las redes sociales?

El alcance del alcance de las redes sociales dependerá del tiempo del personal, la experiencia y los recursos disponibles para respaldar el nivel de actividad deseado.



2A ¿Cuál es el problema que necesitamos abordar?

Sea específico sobre el problema que se abordará para que pueda asegurarse de que todos sus esfuerzos se centren en la dirección correcta.

2B ¿Cuáles son los factores que contribuyen al problema?

Los grandes problemas suelen tener muchas causas diferentes. Identificando los factores que intervienen en su comunidad, puede evaluar dónde centrar sus esfuerzos en las soluciones.

2C ¿Qué factores se pueden abordar mediante el sm4bc?

Identifique los comportamientos que puede cambiar mediante el uso de técnicas y estrategias de redes sociales.

2D ¿Cuáles son nuestros objetivos para las redes sociales?

Sus objetivos de redes sociales definen específicamente cómo las actividades de las redes sociales contribuirán a crear un cambio de comportamiento.



3A ¿Quiénes necesitan cambiar su comportamiento?

Cuanto más claro sea qué tipos específicos de personas incluir en sus audiencias prioritarias, más efectivamente, puede adaptar su alcance a ellos.

3B ¿Qué podemos aprender sobre nuestra(s) audiencia(s) prioritaria(s)?

Trate de comprender lo que su audiencia prioritaria sabe sobre el problema, qué los motivará y qué barreras se interponen en su camino para adoptar comportamientos clave.

3C ¿Quiénes tienen más influencia sobre nuestra(s) audiencia(s) prioritaria(s)?

Identifique a las personas en las que sus audiencias prioritarias confían y a las que prestan más atención en sus vidas.

3D ¿Qué están haciendo y comentando online?

Comprenda cómo sus audiencias prioritarias utilizan las redes sociales y otros sitios en línea.



4A ¿Qué comportamientos nos ayudarán a cumplir los objetivos?

Definir claramente el comportamiento que se promoverá a través de las redes sociales ayuda a garantizar que tanto usted como su prioridad la audiencia sabe exactamente lo que se supone que deben hacer.

4B ¿Cómo seleccionar los comportamientos prioritarios?

Identifique qué comportamientos tienen más probabilidades de ser adoptados por su audiencia prioritaria y marcar la diferencia.

4C ¿Cómo diseñar los comportamientos para maximizar el cambio?

Cada comportamiento objetivo debe diseñarse para que sea lo más procesable posible para su audiencia prioritaria.



5A ¿Qué debemos saber para influenciar el comportamiento?

Al comprender las diversas palancas que influyen en la decisión de una persona de tomar medidas, puede diseñar su mensaje y enfoque para aumentar las posibilidades de éxito.

5B ¿Cuáles son las principales barreras para adoptar el comportamiento?

Identifique las barreras y elimínelas para que sea lo más fácil posible para las personas tomar medidas y cumplirlas.

5C ¿Cuáles son los principales motivadores para adoptar el comportamiento?

Alinee el comportamiento con lo que los miembros de su audiencia prioritaria ya quieren lograr.

5D ¿Cuáles son los factores sociales que influyen la adopción del comportamiento?

Comprender lo que los miembros de su audiencia prioritaria creen que están haciendo otras personas y pensar te dirá mucho sobre cómo influir en ellos.

5E ¿Cuáles son las oportunidades para pautar el comportamiento?

Determinar los momentos y lugares en los que es más probable que las personas sean receptivas a los mensajes de las redes sociales sobre el comportamiento.



6A ¿Cuál es el propósito del mensaje?

Cada mensaje que publique debe tener una razón detrás.

6B ¿Cómo combinamos el mensaje con los mecanismos de cambio del comportamiento?

Dependiendo de la palanca de cambio a la que se dirija en su mensaje, use el comportamiento específico cambiar los enfoques para cada uno de los que serán más poderosos a través de las redes sociales.

6C ¿Cómo logramos que el mensaje sea fácil de recordar?

Sus mensajes deben diseñarse para que las personas se interesen, de modo que recuerden el contenido y se sientan inspiradas.

6D ¿Cómo logramos que el mensaje sea accionable?

Sea estratégico con el lenguaje y los conceptos que utiliza para que su mensaje sea más fácil de entender para las personas. y actuar.

6E ¿Cómo estructurar las publicaciones?

Crea una guía de estilo que te ayudará a administrar el diseño de tus publicaciones, para mantener la apariencia y el tono consistentes incluso si varias personas participan en su creación.



7A ¿Qué redes sociales vamos a usar?

Comprenda las razones por las que sus audiencias prioritarias usan cada sitio para que pueda combinar el estilo y el tipo de contenido que desean.

7B ¿Vamos a crear publicaciones basadas en texto?

Decide si incluirás texto y cómo, como comunicación principal o como "complemento" de una publicación en otro medio como un gráfico o un video.

7C ¿Vamos a crear elementos gráficos?

Las publicaciones en redes sociales que incluyen elementos visuales aumentan la atención al mensaje.

7D ¿Vamos a crear videos o contenidos de audio?

El video es una de las formas más efectivas de involucrar a su audiencia. Si una imagen vale más que mil palabras, el video más el audio vale un millón.

7E ¿Cómo lograr que la publicación sea accesible para todos?

Unos pequeños ajustes a sus publicaciones asegurarán que todas las personas a las que desee llegar podrán acceder por completo y comprender sus comunicaciones en las redes sociales.

7F ¿El mensaje y el diseño son ética y culturalmente apropiados?

Todas sus comunicaciones deben mantener el respeto y la dignidad para los miembros de su audiencia prioritaria, así como para las personas específicas que podrían aparecer en cualquiera de sus publicaciones.

7G ¿Cómo usaremos los contenidos?

Desarrolle y publique su contenido de una manera planificada y estratégica que lo ayude a cumplir sus objetivos y maximizar su impacto.



8A ¿Qué directrices y políticas orientarán nuestras actividades?

Cree un conjunto de políticas que guiarán su actividad e interacciones en las redes sociales para que todos los involucrados en la publicación sabe desde el principio cómo interactuar adecuadamente con la comunidad.

8B ¿Cómo monitorear las necesidades de la audiencia y las tendencias emergentes?

Cree un programa de escucha social para monitorear las necesidades y preocupaciones de sus audiencias prioritarias, así como para identificar noticias y tendencias emergentes.

8C ¿Cómo interactuar con nuestra audiencia en las redes sociales?

Cree una estrategia de participación sobre cómo interactuará con las personas a través de sus cuentas de redes sociales.

8D ¿Cómo adaptar y ofrecer contenidos a las audiencias específicas?

Utilice métodos que adapten y orienten su alcance en las redes sociales a cada una de sus audiencias prioritarias específicas para maximizar la efectividad del cambio de comportamiento.

8E ¿Cómo hacer el seguimiento de la participación comunitaria?

Configure sistemas para monitorear el compromiso de la comunidad con su actividad en las redes sociales para que pueda responder y ajuste su enfoque en función de esa información.

8F ¿Cómo usar los datos para mejorar el enfoque continuamente?

Utilice los datos de monitoreo que recopila para ayudar a refinar y mejorar continuamente su contenido de redes sociales en condiciones reales tiempo y para el futuro.



9A ¿Qué métricas usaremos para asegurar el éxito?

Determine si sus actividades en las redes sociales han tenido éxito midiendo los resultados de acuerdo con a sus objetivos originales.

9B ¿Cómo vincular las actividades al cambio de comportamiento?

Identifique si sus actividades en las redes sociales pueden haber llevado a algún cambio de comportamiento informado por sus audiencias prioritarias.

9C ¿Cómo efectuar la investigación para la evaluación?

Determine las mejores formas de recopilar datos relacionados con las métricas y otra información que haya identificado como siendo importante para su éxito en las redes sociales.

9D ¿Cómo usar los resultados para mejorar nuestro trabajo?

Utilice los resultados de su evaluación para mejorar su alcance en las redes sociales en el futuro.

