

Comunicación CEFIC

COFUEMA





TODO COMUNICA

No se trata de enviar mensajes o reiterar anuncios publicitarios. Se trata de red SOCIAL, conversemos



Alinear la **causa social** al negocio

Es importante elegir una causa social alineada a la estrategia del negocio.

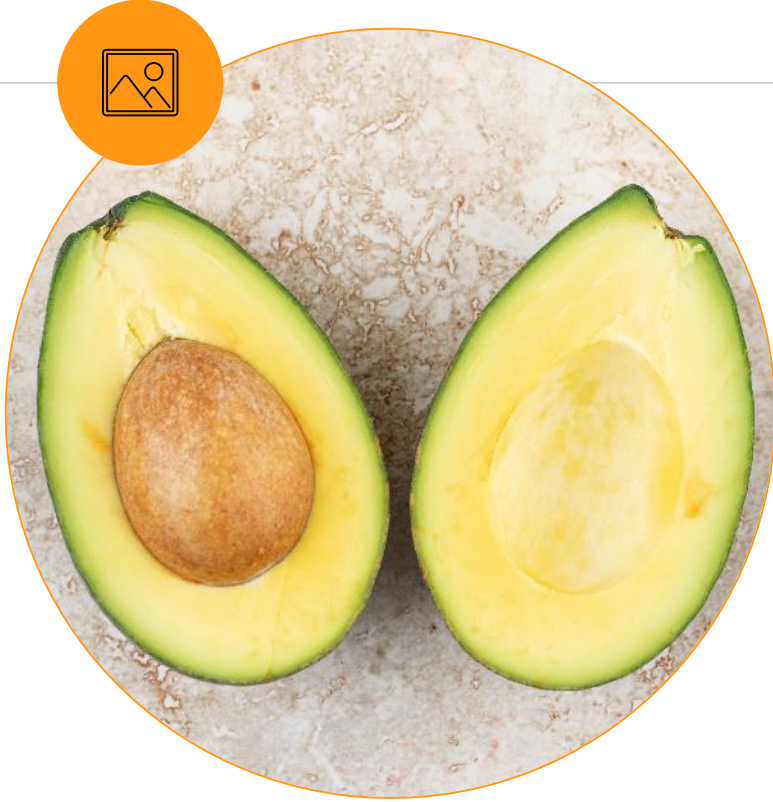
De esta manera el mensaje adquiere un mayor sentido y es más fácil que el consumidor lo recuerde y lo relacione a la marca.



Que no sea algo ocasional

Es necesario que el compromiso de la empresa con la causa sea a largo plazo.

Se deben contemplar los recursos necesarios para que no sea algo ocasional y sin trascendencia.



Separar de lo comercial

Es muy importante separar la parte comercial y la parte social, y destinar un recurso a cada una.

Aunque la marca es la misma, el público y el mensaje son distintos.

A close-up photograph of two hands, one from a person wearing a dark and light patterned jacket and the other from a person wearing a black long-sleeved shirt. The hands are positioned as if about to perform a fist bump. The background is a blurred outdoor setting with green foliage.

CONSTRUIR VÍNCULOS

FIDELIZAR





Sobre qué y cómo comunicar

Transparentes

comunicar las acciones y el beneficio final de la causa, para lograr el interés del público y con ello su participación

Testimonios reales

el público puede ver el impacto del programa por medio de casos reales y sentirse motivados a continuar participando. Puedes conocer uno de los casos a continuación

Canales adecuados

recorrir a encuestas guiarán para saber cuál es el mejor canal para comunicar, qué es lo que más le interesa al público



Redes sociales

Es mejor es parte de la conversación



¿Qué **uso** le damos?

DECIR

Se trata de la publicación de contenido. Aquello que sale de la propia organización

D

E

ESCUCHAR

Recabar información de tu público, entender qué piensa y siente la gente

C

A

Una modalidad nueva de Call Centers. “Hola, ¿hay alguien ahí?”

CONVERSAR

Lograr que el público comparta tu contenido o hable bien de tu empresa

AMPLIFICAR

*Escuchar a tu comunidad
ayuda a ser **proactivo**.*



“

2

Contenido

¿Qué publicar, cuándo y para quién?



¿Quién es mi público?

- Depende de donde se encuentre mayormente tu público y de tu capacidad para manejarlas.
- Replicar en todas las redes sociales el mismo contenido sin modificaciones, no es una buena práctica

“Si tuviera 8 horas para cortar un árbol, emplearía 6 en *afilar el hacha*”



“



Me gusta!

Se trata de que las personas no solo ven tu contenido, sino que también comentan, lo comparten y reaccionen.



Always on

- Información institucional
- Fechas especiales
- Eventos
- **Territorios de comunicación**
- Testimonios de usuarios
- Contenido interactivo



Algunos consejos

Frecuencia

Las principales marcas del mundo, como Converse, Oreo, Disney, CocaCola, Starbucks, consideran que la frecuencia ideal es diaria

Pregunta

Una de las mejores maneras de generar más interacciones es hacer preguntas. Genera más comentarios

Horario

El mejor horario es entre las 21.00 y las 23.00 Hrs, ya que hay menos competencia. ¡¡¡NO PARA FECHAS ESPECIALES!!!!

Promociona contenido

De esta forma, te aseguras que tu publicación que ya estaba teniendo buenos resultados sea vista por muchísimas más personas.

Cura contenido

Con la curación de contenidos, lograrás cumplir la cuota de publicación en tus redes sin tener que crear contenido nuevo.

Conoce bien tus atributos

¿Qué hace especial a ese producto? ¿Por qué debería adquirirlo contigo y no con otra cooperativa? ¿Qué me diferencia?



“**COFUEMA** estuvo presente en la entrega de la llave de la Escuela Número 113 en San Carlos.”

- 19 Likes
- 6 veces compartido
- Buena publicación
- Texto no está a la altura de la foto



Se trata de CONVERSAR



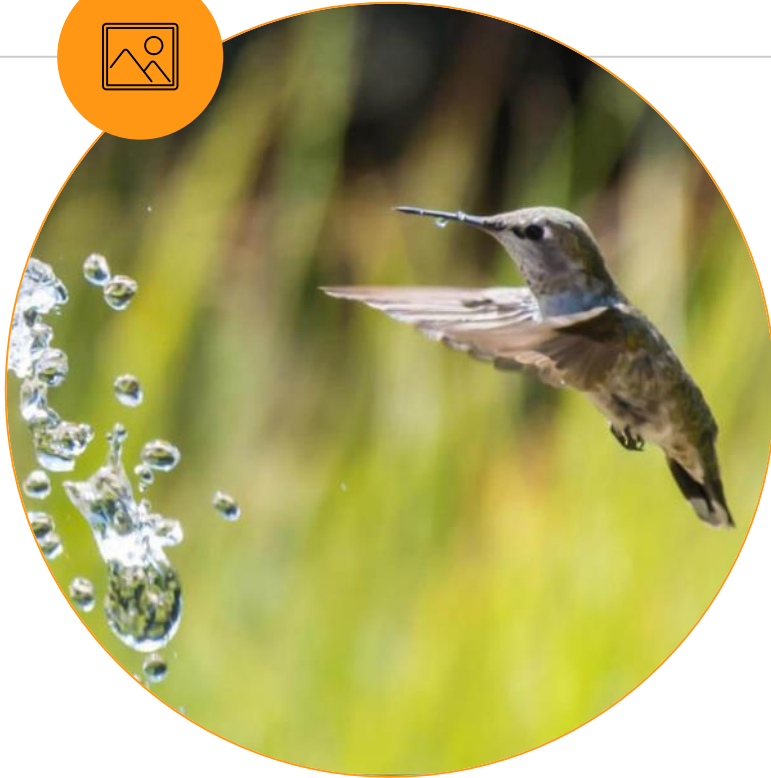
PUBLICO



COMENTA



RESPONDO



“¿Conocen la fábula del colibrí?.
Docentes y funcionarios de la
educación tienen un lugar donde
cumplir sus sueños. **COFUEMA:**
Nuestro interés es ayudarte.”

- 554 Likes
- 30 comentarios
- 543 veces compartido
- Excelente publicación
- No se respondieron comentarios



Seres visuales

Es importante cuidar la estética del contenido

Algunos estilos de portada



Bakery Pasteleria Artesanal

Comunidad



Me gusta



Nu México ✓

Servicio financiero



Me gusta



Mosca ✓

Negocio local



Me gusta



MAYO 2021

"Economía Doméstica" Administración en el hogar

Dicta:

Instituto CRANDON

Transmisión por **ZOOM**



Viernes 28 de Mayo - 18 a 19.30 hs.

Ver programa en:
cofuma.com.uy



Organiza: C.E.F.I.C. CO.FU.E.M.A.

Comité de Educación, Fomento e Integración Cooperativa



Economía Doméstica

Administración en el hogar

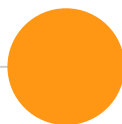
VÍA ZOOM

A photograph of a hand placing a coin into a pink piggy bank. The background is a gradient of pink and purple.

28|05 | 18.00 a 19.30 Hrs | Instituto Crandon

Habla con nosotros
Tel.: 4223 5852 | 4223 30 14

Por más información
www.cofuma.com.uy





CO.FU.E.MA.

OFICINAS

A partir del Lunes 02 de Agosto
Los esperamos
en nuestro horario habitual,
sin agenda previa.


Arturo Santana 718 - Maldonado
Lunes 12 a 18 - Martes a viernes 10 a 16

Leonardo Olivera 778 - San Carlos
Lunes 12 a 14 y 15 a 18 -
Martes a viernes 10 a 13 y 14 a 16

☎ 4223 5852 - 4266 0635 📞 📠 098 821 706

 Cofuema en Red

 cofuema@gmail.com

 [cofuema](https://www.instagram.com/cofuema)





Gracias!