

Contenidos efectivos para un canal Corporativo Mobile

Cómo redactar buenos contenidos para colaboradores ocupados

¿Comunicación interna en Mobile?

1. VENTAJAS

Llevas la empresa al alcance de tu mano.



¿Comunicación interna en Mobile?

2. VENTAJAS

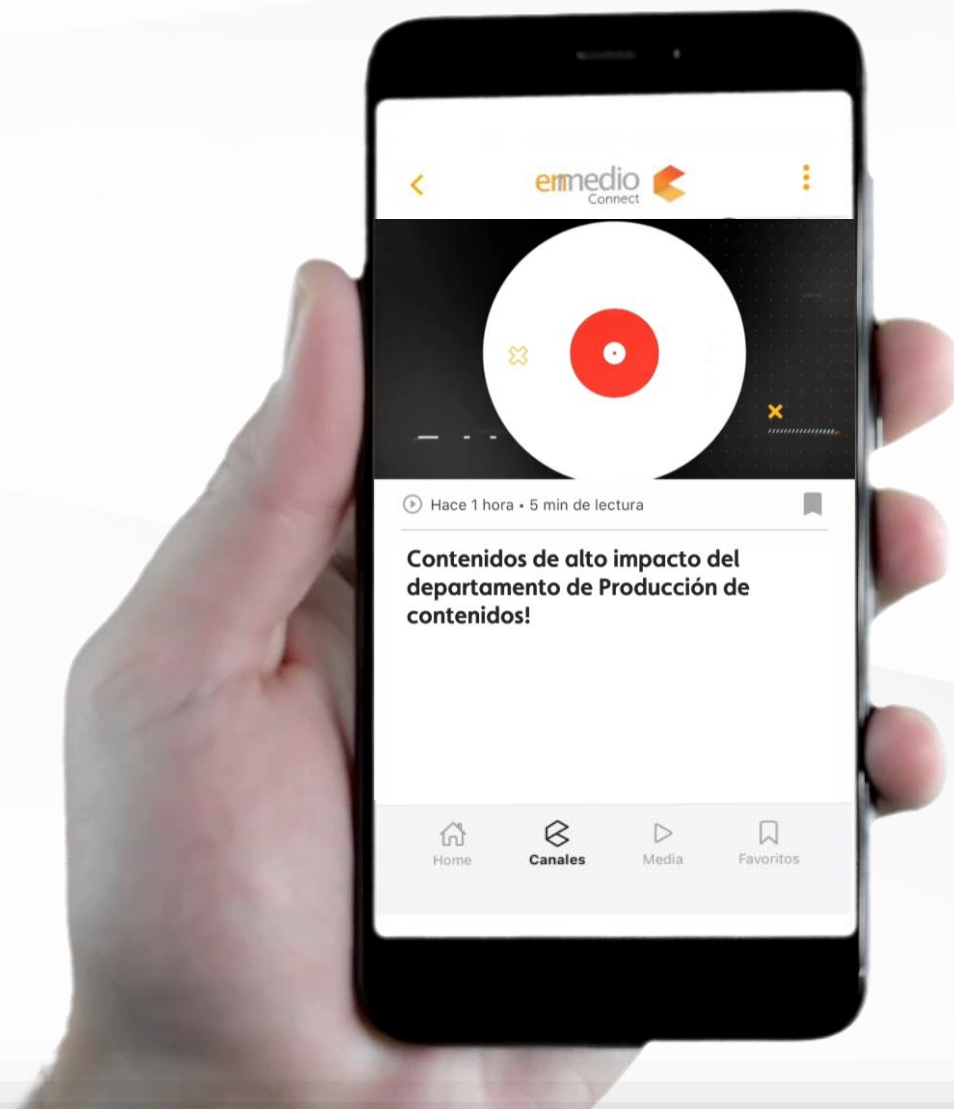
100% de alcance al ser un medio accesible para todos los colaboradores.



¿Comunicación interna en Mobile?

3 VENTAJAS

.Generas comunicación más dinámica.



¿Comunicación interna en Mobile?

4 VENTAJAS
Comunicación portable, constante y permanente.



¿Comunicación interna en Mobile?

5. VENTAJAS

Contribuye a sostener y mejorar la cultura organizacional.



¿Comunicación interna en Mobile?

6 VENTAJAS

Haces un mejor seguimiento a tus comunicaciones.



¿Comunicación interna en Mobile?

7. VENTAJAS

Consumo de contenidos a conveniencia de tu público.



¿Comunicación interna en Mobile?

8 VENTAJAS

• Celular: Medio preferido y aceptado por la gran mayoría.



¿Comunicación interna en Mobile?

MÚLTIPLES OPCIONES



Mailing

Intranet
(Responsive)

Redes Sociales
Empresariales

Chats Empresariales
WhatsApp

APP's
especializadas

10 tips

en la redacción de buenos contenidos
para colaboradores ocupados

1

Conoce tus audiencias

2

Crea tu concepto

3

Intro, nudo y desenlace

4

Snacks Digitales

5

El titular es TODO

6

Textos cortos

7

Principio KISS

8

Regla del 3

9

Apóyate en otros recursos

10

Ortografía y elementos Web

1. Conoce tus audiencias

Escribes para colaboradores ocupados y saturados de información:

- Los humanos tenemos un lapso de atención de sólo **8 segundos**.
- Los colaboradores son interrumpidos, en promedio, **cada 3 minutos**.
- Reciben **hasta 5.000 mensajes** diarios a través de medios diferentes.

Fuentes:
ragan.com
Estudio Microsoft 2015



1. Conoce tus audiencias

Escribes para colaboradores ocupados y saturados de información:

- Reciben 147 correos diarios en promedio, cuando el ideal son 50.
- No quieres afectar su **productividad**.
- Consumen contenidos **cortos e interesantes**.
- Debes **segmentar** por grupos de interés.

Fuentes:
ragan.com
Estudio Microsoft 2015



2. Crea tu Concepto

¿Qué, por qué y para quién?

Define tus objetivos de comunicación

- ¿Qué queremos lograr?
- Cualitativos
- Cuantitativos

Crea un consejo de redacción:

- Dirección
- Edición
- Redacción



2. Crea tu Concepto

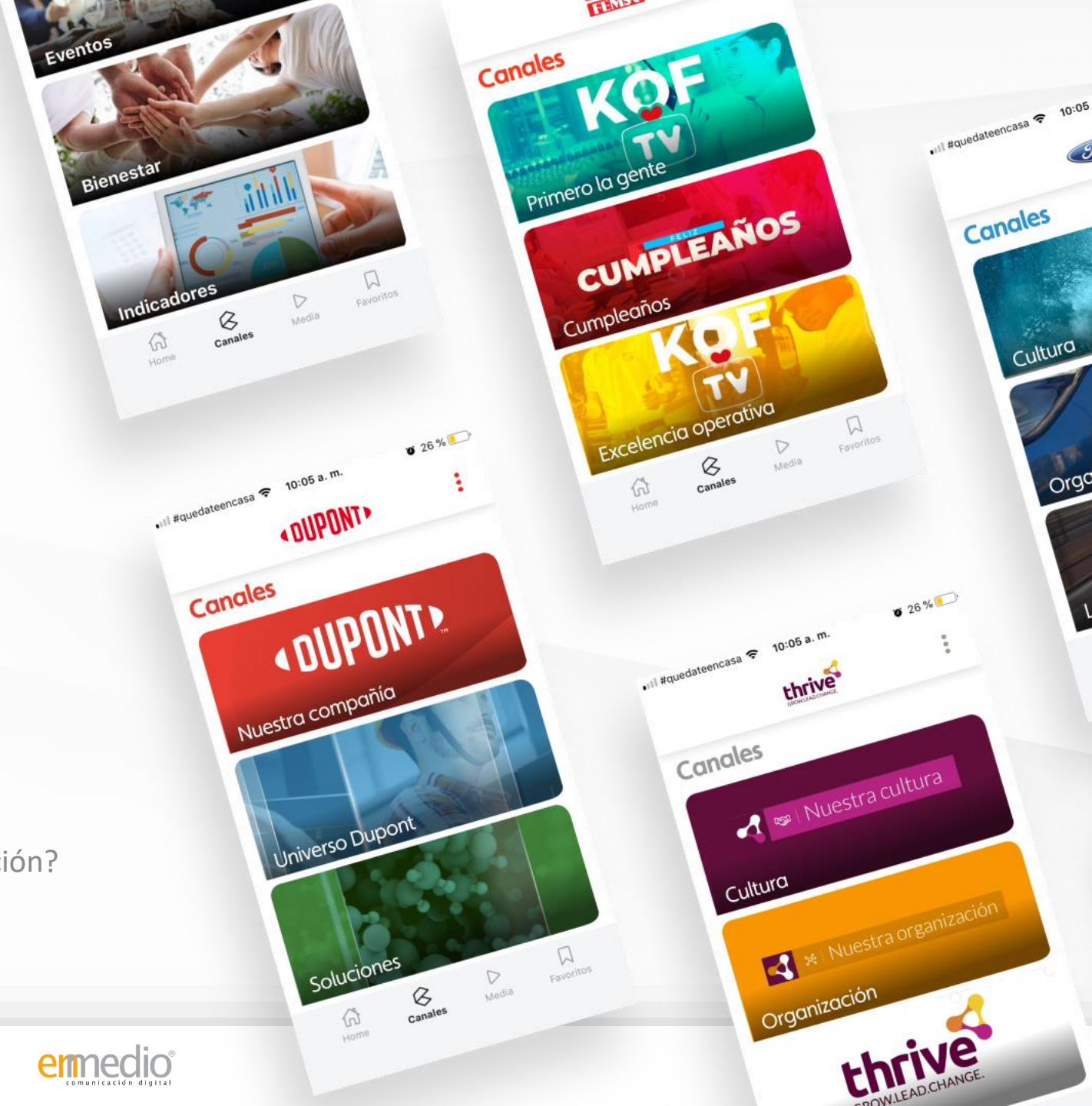
La Identidad de tu Canal

Nombre / Identidad propia

- Logo
- Colores
- Fuentes
- Lenguaje

Estructura de secciones y nombres

- ¿Cuántas secciones tendremos?
- ¿Cuántas publicaciones tendremos por sección?
- ¿Cada cuánto se actualizarán?



2. Crea tu Concepto

Noticias



Eventos



Novedades



Nuestra Gente



Juegos



Capacitaciones



Cumpleaños



Reconocimientos



3. Introducción, nudo y desenlace

Toda historia, por breve que sea, tiene que tener una introducción, un nudo y un desenlace.

- **Introducción:** Planteamiento breve de lo que vas a tratar.
- **Nudo:** Desarrollo en profundidad del tema (Clímax).
- **Desenlace:** Cierre del tema repitiendo las ideas más importantes.

Esta estructura permite generar **ritmo** en el texto y encontrar **puntos de giro** que le interesen al lector.



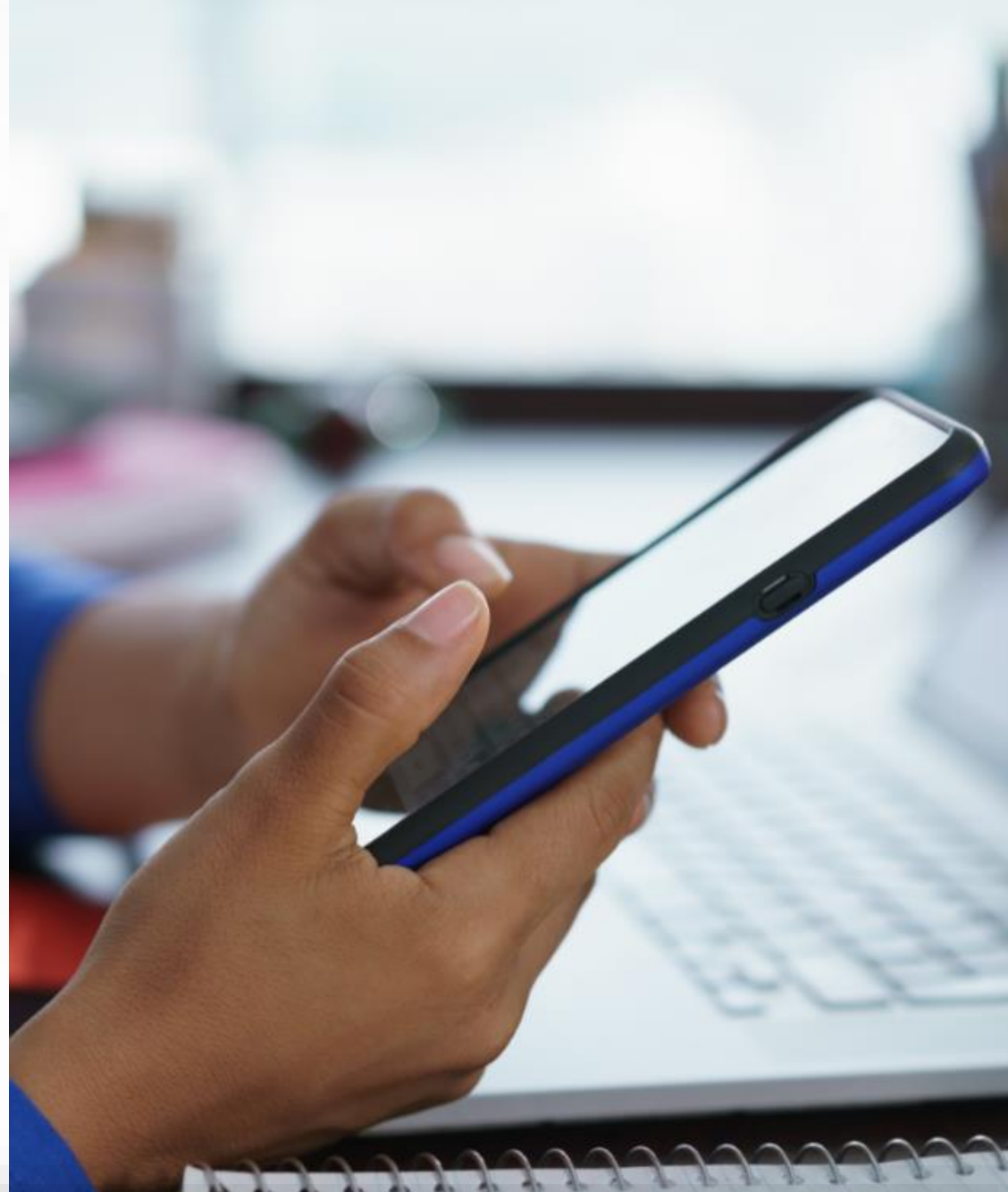
4. Snacks Digitales



- Tenemos poco tiempo para captar la atención del público (8 segundos)
- Crear series con pequeñas cápsulas, es más efectivo que un contenido largo.

5. El titular es TODO

- Buenos titulares que generen curiosidad y tráfico.
Usa tu creatividad, queremos enganchar al lector.
- No contar toda la noticia desde el titular.
Necesitamos que lean todo el artículo, no les cuentes la noticia desde el principio.
- La regla de los **60 caracteres (10 a 12 palabras)**
Internet y Mobile recomiendan máximo 60 caracteres por titular.



5. El titular es TODO

- Usa **números**, está comprobado que funcionan.
“Conviértase en experto generando contenidos en solo 4 pasos”
- Usa **adjetivos interesantes**, que llamen la atención.
Esencial
Increíble
Sin dolor
Sin esfuerzo
Impactante



5. El titular es TODO

- Usa **disparadores**

Qué – Por qué – Cómo – Cuándo

- Haz una **promesa audaz** que puedas cumplir

Promete algo de valor: ¿vas a informar, persuadir o transmitir algún conocimiento particular?



5. El titular es TODO

Número o
Disparador



Palabra Clave



Promesa de
Valor

Técnicas para liderazgo en proyectos



“18 increíbles formas en las que usted puede liderar un proyecto”

Las principales técnicas de ventas



“Cómo vender sin esfuerzos, en menos de 24 horas”

Construcción rápida de oficinas



“Construyendo su oficina en un día”

Protocolo para la solicitud de tus vacaciones



“5 pasos para solicitar tus vacaciones fácilmente”

Técnicas de administración de tiempo



“Conoce por qué es importante administrar bien tu tiempo”

6. Textos cortos



- La extensión depende de los canales de distribución.
- Procura no pasarte de **111 palabras**. Después de eso, el **49%** de los usuarios dejará de leer.
- Divide la información para que sea más fácil de digerir.
Subtítulos / Párrafos / Viñetas

6. Textos cortos



- Mantén la coherencia de tu concepto.

Lenguaje y Estilo

- Establece y respeta el calendario de publicaciones.

Orientas al lector y mantienes un mejor control de los contenidos.

- Verifica tu información y escribe sobre temas de actualidad.

Fuentes

7. El principio KISS

Keep It Simple, Stupid!

“

Si puedes escribir un párrafo con una frase menos, una frase con una palabra menos y ahorrarte una frase poniendo una imagen, hazlo.

”

Fuentes:
Principio de diseño atribuido al ingeniero estadounidense Kelly Johnson en 1960

8. Regla del 3

El número **3** combina perfectamente **brevidad** y **ritmo**, lo que facilita que se convierta en un **patrón de repetición** sencillo y que engancha.

- Usa el poder del 3 para que tus textos sean más **potentes** y **persuasivos**.
- Escribe un mismo mensaje con **3 redacciones diferentes**.
- Publica las **3 versiones** en momentos distintos.
- Repite por lo menos **3 veces** cada versión.



3
redacciones



+
efectividad

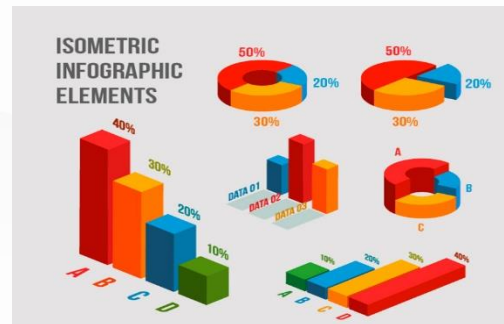
9. Apóyate en otros recursos

Acompaña el texto de otros recursos gráficos que amplíen la información y así sea más atractivo para tus usuarios.

Animación



Gráficas



Imágenes



Videos



10. Ortografía y otros recursos Web

*“La **ortografía** es a la escritura, lo que el **aliento** al habla: la gente te entiende aunque apeste (pero apesta)”.*

- ***Netiqueta:** Etiqueta del ciberespacio.*
- ***Hashtags y etiquetas:** Úsalas en su justa medida, no hay que exagerar.*
- ***Retroalimentación:** Escucha a tu público para generar contenidos de su interés.*



10 tips

en la redacción de buenos contenidos
para colaboradores ocupados

1

Conoce tus audiencias

2

Crea tu concepto

3

Intro, nudo y desenlace

4

Snacks Digitales

5

El titular es TODO

6

Textos cortos

7

Principio KISS

8

Regla del 3

9

Apóyate en otros recursos

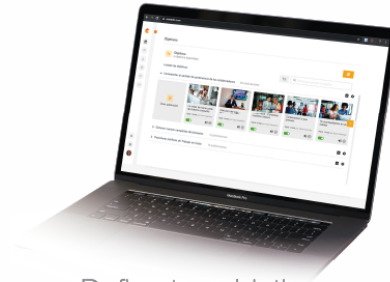
10

Ortografía y elementos Web

Connect es la nueva App de Comunicación interna de Enmedio.



Configura y personaliza



Define tus objetivos de comunicación



Crea canales de contenidos por temática



Segmenta tu comunicación por sede, área, grupo o usuario



Publica textos, imágenes, videos y audio



Transmite audio y video en vivo



Envía notificaciones y alertas



Mide y analiza tus comunicaciones