

## ESTRATEGIA No 1

Objetivo Estratégico Institucional 2	Liderar la planeación integral del sector minero energético colombiano.			
Objetivo Comunicacional	Visibilizar todas las acciones, programas e iniciativas que realiza la entidad a nivel técnico, ambiental y social para mostrar la importancia de labor para el país.			
Estrategia de Comunicación:	POSICIONAMIENTO, DESPLIEGUE, NOTORIEDAD Y CERCANÍA			
Público:	Externo (Audiencias generales de interés)			
Táctica: Planeación y ejecución	Definir medios y escenarios de acercamiento hacia las diferentes audiencias de interés para la entidad con mensajes y lenguaje adecuado para cada una			
Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Crear una estrategia de Redes sociales y web 2.0 definiendo objetivos y lineamientos específicos para cada canal	Diseñar e implementar una Estrategia para el manejo de redes sociales, definiendo otras redes de interés, objetivos y lineamientos generales para cada una.	Manual de Atención e Interacción de redes sociales y web 2.0 Matriz de indicadores Informes mensuales	Humanos: Comunicaciones Tecnología Responsable del portal UPME web master UPME Empresa tercerizada	Aumento de tráfico en la web. Capacidad de viralidad de los mensajes. Cumplimiento de indicadores propuestos Cantidad de informes elaborados al año
	Elaborar un Manual de Atención e Interacción de Uso de Redes sociales			

<p>Crear una estrategia de Redes sociales y web 2.0 definiendo objetivos y lineamientos específicos para cada canal</p>	<p>Coordinar con la empresa asesora la creación de dos comunidades virtuales una para la Academia y otra para los Gremios; sugerimos que se realice a través de Linked In, sin embargo los consultores aconsejarán el mejor canal, definirán objetivos y protocolos para su correcto uso.</p>	<p>Documento de recategorización de la web</p>	<p>Logísticos: Salones ara reuniones</p>	
	<p>Crear indicadores estratégicos y operativos para cada canal.</p>			
	<p>Realizar los informes mensuales para medir la eficiencia de la estrategia de Social Media y de las acciones on line adelantadas.</p>			
	<p>Reorganizar y recategorizar el contenido de la página web con el fin de optimizarla y mejorar la calidad de sus contenidos.</p>			
	<p>Entrenar al web master en los nuevos formatos y métricas para cada canal.</p>			
			<p>Técnicos: Requisitos para el buen funcionamiento de cada canal</p>	

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Crear una estrategia de Redes sociales y web 2.0 definiendo objetivos y lineamientos específicos para cada canal	Definir en los Comités de Comunicación las temáticas que pueden servir para Redes Sociales y establecer el canal indicado.	Mensajes y campañas emitidos por las redes sociales	<b>Humanos:</b> Comunicaciones web master UPME Comité de comunicación  <b>Técnicos:</b> Requisitos para el buen funcionamiento de cada canal	Aumento de tráfico en la web. Capacidad de viralidad de los mensajes. Aumento de seguidores en twitter. Interacción con audiencias de interés. Conocimiento de campañas y eventos a través de los canales virtuales.
	Diseñar mensajes que indiquen las funciones misionales de la UPME, haciendo énfasis en las variables ambientales y sociales tenidas en cuenta desde la planeación minero energética. Definir matriz de material a publicar mensualmente.			
	Identificar cuentas de medios de comunicación, periodistas y líderes de opinión para invitarlos a seguir el perfil mediante mensajes directos			
	Definir protocolo para cubrir los eventos y enviar twits con imágenes en tiempo real.			
	Diseñar una campaña con tips animados que aporten a la continuidad de la campaña "El Futuro es Hoy".			

	<p>Utilizar las entrevistas con congresistas, líderes de opinión, representantes de la institucionalidad minero energética, etc.. Como material editorial para los canales sociales, publicar dos perfiles mensuales haciendo énfasis en los proyectos de ley temas del sector de interés para el público en general.</p> <p>Subir en Youtube los video clips con el Director General.</p>			
--	--	--	--	--

Tácticas/Acciones	Actividades	Entregables	Recursos	Indicador
Socializar, sensibilizar y formar sobre el <b>protocolo de entrega de información</b> para subir a la página web con el fin de generar una herramienta más organizada y efectiva.	Validar el protocolo de entrega de información con las áreas de comunicaciones y tecnología	Campaña de comunicación	<b>Humanos:</b> Comunicaciones web master UPME Comité de comunicación	Mejoramiento en el proceso de entrega de información para subir en el portal.
	Reorganización y recategorización de los contenidos de la pagina web.			
	Crear un campaña de sensibilización que detalle los beneficios de seguir este protocolo.			
	Enviar mensajes a través de los diferentes medios internos para socializar el protocolo			

Acciones	Actividades	Productos	Recursos	Indicador
Potencializar los canales existentes (Facebook, Youtube y Twitter) mediante la producción de contenidos propios con formatos audiovisuales, memes alusivos a datos de relevancia de temas especializados, campañas, apertura de convocatorias, etc.	Definir en los Comités de Comunicación las temáticas que pueden servir para Redes Sociales y establecer el canal indicado.	Mensajes y campañas emitidos por las redes sociales	<b>Técnicos:</b> Requisitos para el buen funcionamiento de cada canal	Aumento de tráfico en la web.
	Diseñar mensajes que indiquen las funciones misionales de la UPME, haciendo énfasis en las variables ambientales y sociales tenidas en cuenta desde la planeación minero energética. Definir matriz de material a publicar mensualmente.			Capacidad de viralidad de los mensajes.
	Identificar cuentas de medios de comunicación, periodistas y líderes de opinión para invitarlos a seguir el perfil mediante mensajes directos			Aumento de seguidores en twitter.
	Elaborar el protocolo de cubrimiento de eventos y enviar twits con imágenes en tiempo real (ABC de esquema de cargue de			Interacción con audiencias de interés.
				Conocimiento de campañas y eventos a través de los canales virtuales.

	información, asignación de perfiles cuando CM este de vacaciones, etc...)	
	Diseñar una campaña con tips animados que aporten a la continuidad de la campaña “El Futuro es Hoy”.	
	Utilizar las entrevistas con congresistas, líderes de opinión, representantes de la institucionalidad minero energética y demás actores de interés como material editorial para los canales sociales, publicar dos perfiles mensuales haciendo énfasis en los proyectos de ley temas del sector de interés para el público en general.	
	Subir en Youtube los videos clips con el Director General.	