

Redes sociales como herramienta en instituciones educativas



Salud Ruiz

Directora de Comunicación y Marketing del Grupo de Colegios Zola de Madrid y licenciada en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid.

Antes de trabajar en el sector educativo, desarrolló su trayectoria profesional en agencias de publicidad y consultoras de branding e identidad corporativa.
@saludruiz



DISPONIBLE EN PDF

Una visión global de las redes sociales desde su inicio hasta su perspectiva en un futuro próximo, como herramienta de los centros educativos.

Mucho ha llovido desde el año 2004 cuando nació Facebook, y entonces no podíamos llegar a imaginar cómo las redes sociales cambiarían la forma de relacionarnos, de interactuar y sobre todo, de comunicarnos dentro del mundo educativo.

Los colegios, al igual que las empresas, han encontrado, dentro de **las redes sociales, la herramienta de marketing perfecta** para aumentar su visibilidad.

Entendemos por comunicación el “**intercambio de información**” y en una **institución educativa**, esto supone una **acción continua**. La comunicación abarca desde el cartel que colgamos para informar de una charla para familias, a la llamada de teléfono que se hace a un padre o una madre.

Las **redes sociales** suponen una **revolución** en el mundo de la comunicación y el **marketing** aplicada a los centros educativos, ya que pueden mantener

nuestro centro conectado las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Nos permiten comunicar sin barreras geográficas y sobre todo, compartir información del día a día, que difícilmente las familias podrían ver de otra manera.

Además, y quizás lo más importante de esta evolución, es que hoy el flujo de información no va en una sola dirección, sino que existe una **comunicación bidireccional**, lo que hace que nuestras familias puedan participar de manera activa e interactuar con nosotros.

Dentro de este ámbito educativo supone una serie de **ventajas** claras, de las que debemos sacar el máximo partido:

- * **Creación, mantenimiento y gestión de la imagen de marca e identidad de los colegios**, lo que nos posiciona y nos permite diferenciarnos de la competencia, que cada día es mejor y utiliza nuestras mismas herramientas.
- * **Gestionar de manera adecuada, rápida y eficaz la información**, utilizando los canales más apropiados dentro y fuera de los centros.
- * Transformar la información que generamos en **mensajes claros y directos, adaptados** a cada uno de los **canales**.
- * **Fidelizar** a nuestras familias con **contenidos adaptados** y con estos, **conseguir tráfico a nuestra página web**.

Al igual que en una empresa, las redes sociales nos ayudan a conseguir nuestros objetivos, y para ello es necesario la planificación de una estrategia, la puesta en marcha y posteriormente, el análisis exhaustivo para revisar los resultados.

Muchas empresas cometen el error de pensar que gestionar las redes sociales se limita a manejar unos cuantos perfiles e ir nutriéndolos de información con cierta periodicidad, pero la diferencia entre una empresa con una **estrategia en redes adecuada**, que planifica y analiza, y otra que no lo tiene en cuenta, es abismal. Por ello, es importante contar con un equipo que analice y planifique y a la vez combine diferentes técnicas, para que nuestra estrategia en redes, sea ganadora y logre los objetivos propuestos.

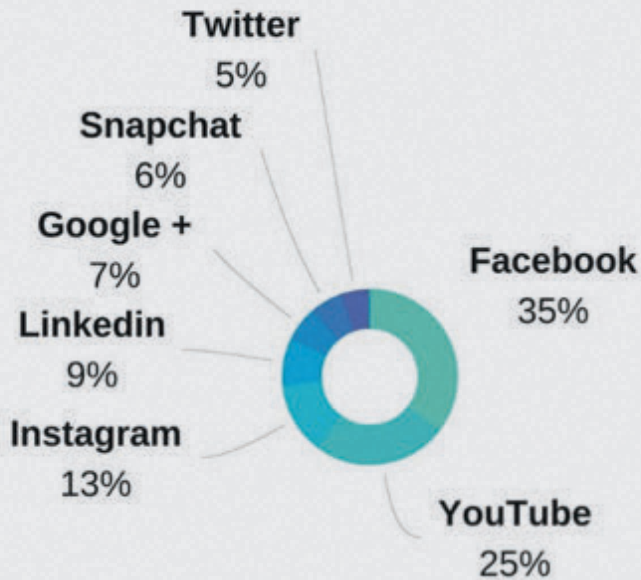
¿Cómo **planificamos** los contenidos? Todo depende de los objetivos que nos planteemos, pero una buena planificación incluye **definir el tipo de**



contenidos que queremos publicar, qué temas interesan a nuestro público, la **frecuencia** o periodicidad con la que vamos a realizarlos, y sobre todo, realizar *a posteriori* un **análisis de los contenidos** que mejor han funcionado y los que no, para ir perfilando y ajustando nuestra programación.

A lo largo de los años, he visto un error común que es compartir los mismos contenidos en todas las redes sociales. Cada **red social** cumple una **función diferente**, para cada **tipo de público**, hay que seleccionar y generar contenido distinto: consejos, ideas inspiradoras, eventos, *links* compartiendo contenidos externos, imágenes, infografías, videos... las **posibilidades** son **infinitas**.

En el 2018, este es el **ranking oficial** de usuarios de redes sociales en el mundo:



Fuente: Statistic Brain y expandedramblings.com.

La **implicación del personal** de los centros educativos es **clave para el éxito** de las redes sociales. Necesitamos profesores que dinamicen los contenidos, y que interactúen con nuestras publicaciones, para darles mayor visibilidad, pero esto debe suponer un proceso natural, nunca algo forzado, para así lograr su vinculación con nuestra marca, y ser los mejores embajadores de ella.

Cada una de estas redes sociales ha sufrido también **evoluciones**, introduce **mejoras**, y como todo, algunas veces se mueven en función de las **modas**, es importante la **actualización del equipo** o la persona que gestiona esas redes sociales, para que esté continuamente **formado y actualizado** en su uso.

Y ya que este mundo de las redes sociales está sufriendo una constante evolución, las **tendencias del futuro** pasarán por la **segmentación** más específica, los **contenidos en video** serán los que primen (plataformas como Periscope o Meerkat

así lo confirman), y va a cobrar especial importancia el **Customer Journey** como técnica para lograr mejores resultados.

Con todos estos cambios, no es difícil que muchos de nuestros estudiantes sean futuros programadores de nuevas redes sociales de los próximos años, por lo que también es importante que la **educación en este tipo de redes** esté presente en los centros educativos. Hay que educarles en el **uso consciente y responsable** de las nuevas tecnologías para hacerles partícipes de las virtudes y ventajas de dichas redes, pero también de los peligros que conlleva su uso. Señalar también que los centros educativos deben prestar especial atención en el cuidado de las imágenes de los menores, siempre autorizados y que las imágenes sean de calidad.

En definitiva, las redes sociales son una ventana abierta al mundo, donde tenemos la oportunidad de mostrar lo mejor de nuestros colegios, aprovechemos todo lo bueno que ofrecen. **RM**

