

Solidaritat 2.0

Les xarxes socials com a eina de gestió del canvi a les organitzacions socials.

Creu Roja a Catalunya

Òscar Velasco, director de Comunicació i Imatge

**III Congrés
del Tercer
Sector Social**



Creu Roja
Catalunya

Antecedents - Context



La Creu Roja té una presència i una activitat estable a la xarxa (2010):

PUSH: Butlletí de Crisi (380.000), newsletter promocional (60.000), Butlletí electrònic.

- PULL: lloc web en procés de reforma (187.600 visites), 5 microsites específics.
- Xarxes socials: iniciativa del voluntariat i del territori.



III Congrés
del Tercer
Sector Social

Acció realitzada

Desplegament de la presència de la Creu Roja a les xarxes social mitjançant l'estratègia de comunicació Solidaritat 2.0:

- Creació i manteniment de comptes a: Facebook, Twitter, Slideshare, Youtube, Flickr. Llançament d'un blog corporatiu.
- Formació a un centenar de persones de l'equip humà a tot el territori català. Edició del Manual d'Estil intern a les Xarxes Socials.
- Redisseny del lloc web amb la integració del 2.0.

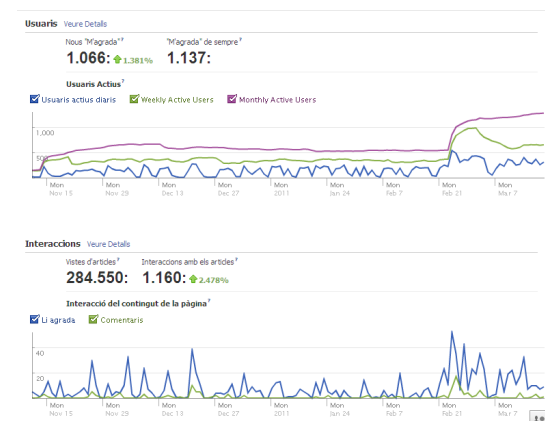


III Congrés
del Tercer
Sector Social

Impacte aconseguit

Els resultats són encara incipients, però sobretot, el que canvia és una nova forma de comunicar i escoltar l'entorn de l'organització i del sector:

- Facebook (1.150 amics, 5 grups específics)
- Twitter (795 seguidors, 54 llistes)
- Youtube (3.171 visualitzacions).
- Flickr, Slideshare, Foursquare, Bitly...



III Congrés
del Tercer
Sector Social

Aprenentatges: claus d'èxit i dificultats (I)

A destacar el treball directe amb els equips a través de:

- Formacions específiques: 100 persones de la xarxa interna a tot el territori (voluntariat, tècnics, assemblees).
- Proves pilot: Visita Papa, aniversari Haití, actes.
- Espai de relació directa amb els públics: socis, empreses, entitats, voluntariat, públic generalista.
- Atributs desitjats: interacció, reputació, influència, fidelitat, satisfacció, sentiment, feed-back, compartir.



III Congrés
del Tercer
Sector Social

Aprenentatges: claus d'èxit i dificultats (II)

Les principals dificultats en les que cal incidir són:

- Dispersió dels missatges i de la marca.
- Manca d'interconnexió entre alguns espais.
- Generació d'informació de qualitat i d'interès.
- Equip humà format i alineat amb l'estratègia.
- Sentit de servei de públic.
- "Retorn d'inversió": trànsit web, llistes e-mail, subscripcions, donacions, captació de fons.

Reptes de futur (I)

Solidaritat 2.0 de la Creu Roja té com a visió principal a mig termini:

- Integració en la cultura comunicativa de l'organització. Aprendre a conversar amb els públics.
- Creixement sostingut de la participació de l'equip humà en l'activitat i amb aportació d'informació de valor.
- Facilitar la comunicació, especialment en situacions d'emergència.

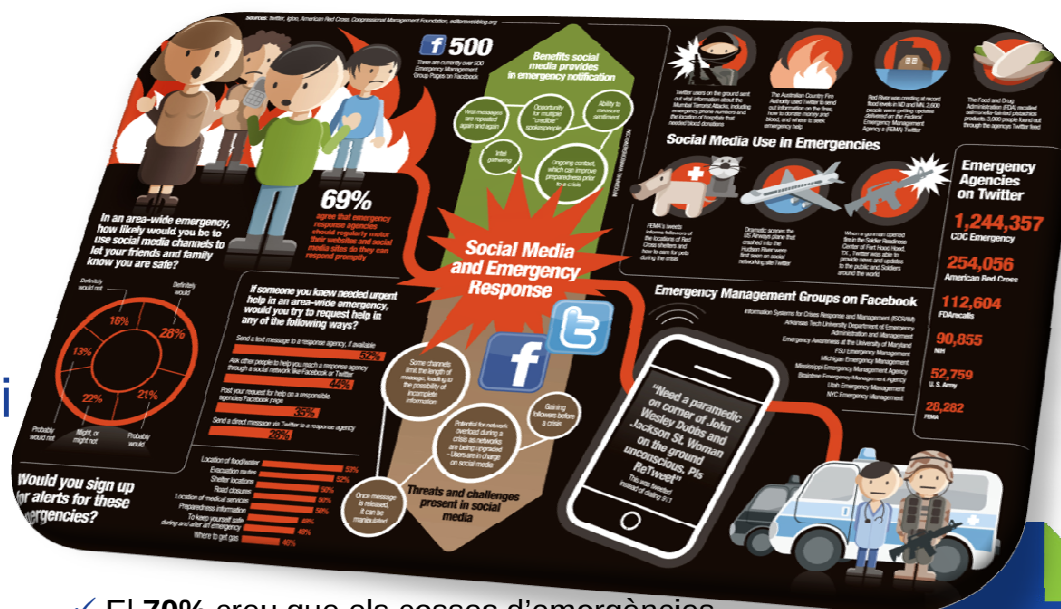


III Congrés
del Tercer
Sector Social

Reptes de futur (II)

Plena integració de la comunicació 2.0 en situacions d'emergència:

- Simultània
- En temps real
- Multipunt
- Informació de servei
- Font fiable



- ✓ El 70% creu que els cossos d'emergències han d'usar regularment xarxes socials per comunicar.
- ✓ El 50% usarien el 2.0 per dir que es troben bé en una gran emergència.
- ✓ **Beneficis socials vs. Amenaces i reptes.**