

PLAN DE TRABAJO  
COMUNICACIÓN SOCIAL

10 DE OCTUBRE AL 31 DE DICIEMBRE DE  
2018



**Purísima del Rincón**  
Nuestra grandeza es su gente  
Administración 2018 - 2021

No.	PLAN DE TRABAJO OCTUBRE -DICIEMBRE 2018			
	PROYECTO	DESCRIPCIÓN	OBJETIVOS	ACCIONES
1	<b>Ampliar presencia y difusión del Municipio</b>	Integrar registro de los alcances de la difusión en medios tradicionales como en medios alternos, para tener el conteo de actividades vigente y presencia de la Administración 2018-2021	Posicionar la cercanía de la Administración con los purisimenses	Ruedas de prensa Manejo de redes sociales Apoyo de actividades de difusión (activaciones en colonias o cruceros) Boletines Banners en páginas web Banners de conmemoraciones de Purísima Banners en fechas festivas Medios alternos (Perifoneo y pantallas led) Apoyo del Estado para espectaculares Apoyo del Estado para espacios en Aeropuerto Aprovechar estructuras para lonas en espacios públicos posibles Eventos (Día de Muertos, Aniversario de la ciudad, acompañamiento a PC en temporada invernal, quemas, etc) Campañas de proyectos Promover la voz ciudadana al alcanzar sus sueños y apoyos
2	<b>Transversalidad con dependencias municipales y Estado</b>	Trabajar de manera coordinada con las 36 dependencias y áreas descentralizadas del Municipio para tener información a tiempo, con la que se pueda actuar en previsión y atención oportuna del posicionamiento de la Administración	Lograr cercanía, transparencia, identidad y coordinación	Trabajar de manera conjunta con las diferentes dependencias y áreas de la Administración Municipal en la integración de fichas informativas, para prever lo necesario en cada evento, reunión o actividad de la Administración 2018-2021, así como apoyar campañas estatales en las que intervenga el Municipio.
3	<b>Personal de apoyo</b>	Atender la logística de eventos y avanzada	Tener todo organizado para la actividad programada a tiempo	Atender en la movilidad del equipo de sonido y la estrategia previa de acomodo de espacios y previsión de convocatorias.
4	<b>Cobertura en diseño</b>	Atender la demanda de las diferentes direcciones, coordinaciones y dependencias Municipales, así como extensiones del Estado de CAISES, Seguro Popular y Centro Impulso	Tener el control en el manejo de la imagen e identidad del Municipio	Ha crecido mucho la demanda de actividades sobre todo para COMUDE, Casa de la Cultura y DIF. Además se considera que seguirá en aumento la actividad de la Administración como el reforzamiento en todas las áreas para darles igual presencia y una imagen amplia en redes sociales y en la proyección en canales alternos.

# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL



## PÚBLICO META (TARGET)

- Asociaciones civiles
- Organismos de profesionistas, servicios y empresariales
- Club Sociales
- Proveedores
- Escuelas de todos los niveles educativos (preescolar, primaria, secundaria, preparatoria, universitarios y especialistas)
- Representantes de los partidos políticos
- Ayuntamiento
- Presidentes Municipales de 45 Municipios del Estado
- Congreso del Estado
- Gobierno del Estado
- Gobiernos estatales vecinos
- Líderes sociales
- Líderes sindicales
- Comité de Padres de Familia
- Delegados
- Asociación de Deportistas
- Representante de Colonos
- Policías
- Voluntarios de Protección Civil
- Bomberos
- Comisión Nacional de Emergencia
- Prestadores de servicios de salud
- Ambientalistas
- Medios de comunicación
- Personal de la Administración 2018-2021



# ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTEGRAL



## CONCEPTO GENERAL A POSICIONAR

- La Administración 2018-2021 es un gobierno cercano, con la coordinación de todas sus Direcciones y Coordinaciones dispuestas al trabajo transversal con los 3 niveles de gobierno para atraer mejores servicios con garantía en la calidad de vida de una sociedad sustentable, cumpliendo con la misión y visión de trabajo porque en Purísima Nuestra Grandeza es su Gente.





# ESTRATEGIA Y MEDICIÓN DE COMUNICACIÓN



ESTRATEGIA	ACCIÓN	INDICADOR
DIFUSIÓN	CONFERENCIAS DE PRENSA	NO. DE EVENTOS (23 ), BOLETINES GENERADOS (90), NO. DE PUBLICACIONES (100)
	ENTREVISTAS CONCERTADAS	, NO. DE VISITAS, LIKES Y FOLLOWERS
	COBERTURA DE EVENTOS	
	ENTREVISTAS DEL MOMENTO	
	MATERIAL DIGITAL PARA REDES	
REDES SOCIALES, MAILING Y PÁGINA WEB	NO. DE PUBLICACIONES	NO. DE EVENTOS (23), BOLETINES GENERADOS (90), DISEÑOS (3,967 ), NO. DE VISITAS, LIKES Y FOLLOWERS
	RETUITS DE TW Y LIKES EN FACEBOOK	
	CHAT EN VIVO	
	TRANSMISIÓN DE EVENTOS EN VIVO	
	ENVÍO DE TARJETAS ELECTRÓNICAS	
VINCULACIÓN CON LA SOCIEDAD	ORGANIZACIÓN DE CONCURSOS MOTIVAR LA PARTICIPACIÓN DE LA SOCIEDAD CIVIL EN EVENTOS	NO. DE CONCURSOS (1), INSTITUCIONES PARTICIPANTES, ASISTENTES Y RESULTADOS
PUBLICIDAD PAGADA	CAMPAÑAS EN MEDIOS ALTERNATIVOS PUBLICIDAD EN REDES SOCIALES	PORCENTAJE DEL CUMPIIMIENTO DEL PLAN
EVALUACIÓN	ENCUESTAS Y/O SONDEOS	RECORDACIÓN DE ACCIONES



# REGISTRO DE AVANCE EN REDES SOCIALES



REDES	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Facebook (seguidores)	23,498	24,796	24,847
Twitter (impresiones)	11.1 K	20.4 K	6.4 K
Instagram (seguidores)	312	372	410

