



Kit de Herramientas para participantes – Conceptos básicos

DISCURSO DEL ASCENSOR

Como emprendedor social, sabes la importancia que tiene describir tu organización —definir lo que es único sobre tu trabajo y detallar lo que entregas al público— de manera concisa y convincente. A continuación encontrarás algunos consejos para tener en cuenta al momento de pulir tu discurso de dos minutos:

1. Revisa la descripción corta provista en la sección “Información general del proyecto” de tu inscripción. ¿Cuenta la historia de una manera convincente e inconfundible?
2. Edita la información en cinco oraciones. Aquí tienes un formato sugerido:
 - a. POR QUÉ estás implementando esta idea (por ejemplo: ¿a qué problema, desafío o necesidad te estás dirigiendo?)
 - b. QUIÉN se beneficia con tu innovación
 - c. EN QUÉ te diferencias de otras organizaciones que buscan solucionar los mismos problemas
 - d. QUÉ esperas conseguir con tu innovación y/o inspirar a la gente con tus objetivos a largo plazo y visión

ESCRIBE SOBRE TU INNOVACIÓN CON MÁS DETALLES (blogs, propuestas de financiación, sitio web, etc.)

1. Haz que sea personal y que llame la atención a un público particular o recurso, centrándote en cómo haces la diferencia.
2. Cuenta la historia desde una perspectiva personal. Escribir en primera persona es mejor que hacerlo en tercera.
3. Escribe en un estilo familiar. No uses jerga u otro lenguaje que el público general no pueda comprender.
4. Céntrate en los aspectos de tu innovación que verdaderamente son únicos y diferentes. Describe en qué te diferencias de los otros programas y por qué tu modelo es bueno para ser replicado alrededor de la comunidad, el país o el mundo.
5. Si es posible, incluye fotos, videos u otros medios audiovisuales.
6. Incluye tu información de contacto.

COMUNICACIÓN SOCIAL 101 (más plantillas)

No te sientas intimidado. El uso de herramientas como Twitter, Facebook, blogs etc., en verdad puede ser muy divertido y presenta grandes oportunidades para contactarse directamente y comprometerse con el público.

Por último, usar exitosamente la comunicación social significa encontrar el enfoque y tono correcto para ti y tu organización. Lo que funciona para una persona podría no funcionar para otra, sin embargo te irá bien siempre que lo que hagas tenga el espíritu correcto y tomes en consideración los deseos de tu público (no simplemente tus deseos).

Para una organización que no tiene una agencia de relaciones públicas o un programador de páginas web, estas herramientas de comunicación social (con frecuencia gratis) pueden permitirte desarrollar un sitio web y una presencia sólida en el medio social incluso si no perteneces al mundo de los expertos en el tema. ¡Sólo ten paciencia, experimenta y diviértete!

Twitter

<http://twitter.com/>

Twitter te permite compartir actualizaciones y enlaces breves (140 caracteres máximo) con tus seguidores. Los seguidores son todos aquellos que están interesados en ti, tu organización o perspectiva. También puedes utilizar Twitter para hacer un seguimiento de perfiles de otras organizaciones o individuos que creas interesantes. Una forma de crear comunidades y reforzar las relaciones es hacer "retweet" a los correos que te agradan o que estimas relevantes para tu público. Las personas que reciban tu "retweet" apreciarán la mención y tu público te verá como un recurso valioso.

Si deseas aprender más, Google es tu aliado. Hay miles de videos, artículos y opiniones editoriales disponibles. ¡Nada mejor que probar la tecnología tú mismo!

Aquí tienes unos ejemplos de *tweets* que puedes usar cuando hables sobre el desafío:

1. Acabo de ingresar al desafío de @Changemakers y me gustaría saber qué piensas. Léelo y deja un comentario: [enlace a tu formulario]
2. Conoce nuestras ideas para que los niños se involucren con la agricultura. Comparte tus ideas/sugerencias/experiencias en [enlace a tu formulario]

Facebook

<http://www.facebook.com/>

Se requiere más tiempo para instalar Facebook que Twitter pero es importante estar disponible para tu público. Facebook todavía es una fuente principal del tráfico web para muchas organizaciones y crear una "página" bien vale el esfuerzo.

Una vez completados los datos básicos (foto, información, algunas actualizaciones de estado) puedes comenzar a contactar amigos y colegas, alentándolos a que indiquen “me gusta” tu página y pidiéndoles entrar en contacto con sus redes. Al igual que con todos los distintos canales de comunicación social, es importante que la gente conozca el valor de registrarse. Por ejemplo, puedes organizar una competencia durante las primeras cuatro semanas en donde elijas nuevos seguidores aleatoriamente a cambio de un premio. También debes pensar sobre el contenido que te gustaría resaltar en la página. ¿Con qué se identificará tu público? ¿Cómo puedes darle valor por su compromiso?

Ahora que tienes una página y un grupo de seguidores, te puedes conectar con ellos en una variedad de formas. Puedes utilizar la actualización de estado como usarías Twitter (ver más arriba) y también puedes enviar actualizaciones como mandarías un mensaje de correo electrónico (ver a continuación). Como deseas ser respetuoso con el espacio de tus seguidores es importante que mantengas un equilibrio entre tus necesidades y las expectativas de tu público.

Correo electrónico

Los mensajes de correo electrónico son una excelente forma de mantener a tu público al día respecto de los eventos, plazos o cualquier otro tema que tenga un claro llamado a la acción o esté sujeto a un plazo de tiempo.

A continuación encontrarás un ejemplo de texto para mencionar el desafío en uno de tus mensajes de correo electrónico:

1. Nos inscribimos en un desafío patrocinado por Green Mountain Coffee y Ashoka Changemakers que convoca ideas innovadoras para mejorar las comunidades en el nordeste y nos gustaría recibir tu comentario. Haznos una pregunta o publica una historia sobre cómo te han impactado nuestros programas y te responderemos directamente en este sitio. [enlace]

Sitio web / Blog

Probablemente ya tengas un sitio web, sin embargo si deseas crear un lugar más informal para escribir actualizaciones, y puedes comprometerte a publicar mensajes al menos dos o tres veces por semana (para principiantes), puedes considerar crear un blog. Hay un número de servicios de hosting gratuitos para blogs que son muy sencillos de utilizar tales como <http://www.wordpress.com>, <http://www.blogger.com> y <http://www.tumblr.com/>. La forma en la que integras el blog con tu sitio es un tema de preferencia personal, pero muchas organizaciones simplemente incluyen un enlace al blog en la barra superior de navegación. Uno de los beneficios de tener un blog es que puedes publicar ideas, actualizaciones o información que no tienen un lugar natural en el sitio web, pero que te gustaría compartir con tu público. Además, la gente puede “suscribirse” a tu blog a través de “agregadores”, tal como Google Reader, que le permite estar involucrada con tu trabajo sin tener que visitar tu sitio web.

Flickr

<http://www.flickr.com/>

Flickr es uno de los varios espacios populares de almacenamiento de fotos. Uno de los beneficios de utilizar un sitio como Flickr es que no solamente puedes publicar fotos y hacer contactos en el sitio, sino que es muy sencillo integrar tus fotos en otros sitios. Esto es muy conveniente al momento de incorporar contenido en tu blog o Facebook, por ejemplo, y evita cualquier inconveniente que pudieras tener para almacenar y categorizar una gran número de imágenes en tu propio sitio.

YouTube/Vimeo

<http://www.youtube.com/>

<http://vimeo.com/>

Crear y subir videos es una excelente forma de compartir tu trabajo con públicos nuevos y volver a contactar a tu público actual. Por supuesto, tendrás que invertir tiempo/dinero/habilidades pero esto puede ser una oportunidad para desarrollar relaciones con vendedores locales y formar pasantes talentosos. Configurar una cuenta en YouTube o Vimeo es muy sencillo y una vez que se cargaron los videos, es fácil integrarlos en otros sitios (como en tu blog o Facebook) y compartirlos con tus redes.

Lista de control

Además de esta lista de control, a continuación aparecen algunos temas a tener en cuenta: Escribe mensajes breves y agradables, incluye un llamado a la acción, reutiliza y reedita tu trabajo para el formulario de Changemakers y ajusta el tono para el público medio.

- ✓ Crea un discurso del ascensor
- ✓ Escribe un mensaje en tu sitio web/blog
- ✓ Incluye una mención en el boletín enviado por correo electrónico
- ✓ Haz una mención en Twitter
- ✓ Envía un mensaje en Facebook
- ✓ Envía mensajes a cualquier otro sitio de comunicación social que utilices
- ✓ Alienta a tus empleados y colegas a correr la voz en sus redes
- ✓ Crea y distribuye una gacetilla de prensa para los periódicos locales y blogs relevantes
- ✓ Sube fotos a Flickr; sube videos a YouTube o Vimeo
- ✓ Realiza comentarios sobre otras participaciones reveladoras y solicita sus comentarios sobre tu innovación.
- ✓ Crea un kit de prensa online que incluya:
 1. 5 ideas de historias del campo (no más 2 oraciones cada una)
 2. Un perfil de tu innovador junto con una foto
 3. Una lista y descripción de los proyectos actuales donde trabajas y tus beneficiarios/clientes clave

4. Cinco citas, referencias o testimonios de clientes, integrantes, asociados, inversores o actores locales que se hayan beneficiado positivamente con tu innovación
5. Menciona otros premios o distinciones recibidas
6. Fotos y videos adicionales

PENSAMIENTOS FINALES

Esperamos que este kit resulte de utilidad, y en caso de tener alguna consulta adicional, no dudes en enviarme un mensaje de correo electrónico a changemakersla@ashoka.org.

¡Buena suerte!