

# Redes sociales 101

## Educar a la audiencia a través de las redes sociales

Mientras el mundo resiste la actual pandemia del COVID-19, las redes sociales se están convirtiendo en una herramienta aún más valiosa para informar a sus pacientes y a los demás miembros de su comunidad sobre cómo usted está trabajando durante el brote.

Las redes sociales tienen cada vez más influencia en la forma en que las personas consumen noticias e información, y los pacientes recurren cada vez más a ellas para obtener información sobre el virus y cómo protegerse. En un momento de mucha necesidad y de un creciente nivel de desinformación en línea, las redes sociales ofrecen una excelente oportunidad para educar a sus pacientes sobre la salud ortopédica.

Organizaciones profesionales como [American Academy of Orthopaedic Surgeons](#) (AAOS), [American College of Surgeons](#) (ACS) y organismos gubernamentales como los [CDC](#) ofrecen orientación general y herramientas para el uso de las redes sociales, y DePuy Synthes se compromete a ayudarlo con el uso de las redes sociales para educar a los pacientes sobre cómo pueden buscar atención de forma segura durante y después de la pandemia.



### Guía de contenido social sobre el COVID-19

Utilice sus canales digitales y sociales para lo siguiente:

- Anunciar nuevos horarios de atención
- Compartir protocolos de seguridad
- Explicar las opciones del sistema de telemedicina o atención virtual
- Compartir testimonios de pacientes y de empleados
- Educar a los pacientes sobre la importancia de obtener sus procedimientos electivos y no retrasar la atención
- Corregir la información errónea relacionada con los métodos quirúrgicos seguros



### Guía sobre cantidad y frecuencia

En una situación variable como la del COVID-19, es importante mantener el contenido actualizado y publicar en sus canales de manera periódica para que su público sepa que está accediendo a la información más reciente:

- Publicar de manera sistemática (Facebook e Instagram deben tener al menos una publicación por semana; si se usa Twitter, se aceptan múltiples publicaciones por día)
- Si tiene contenido limitado, espacie las publicaciones: no publique todo su contenido en un día
- Revise las estadísticas de cada plataforma para ver qué publicaciones son las más atractivas y asegúrese de que el contenido agregue valor y eduque al público



### Guía con publicidad paga

Para mejorar aún más el alcance de su mensaje educativo para el paciente, puede promover su contenido en cada plataforma de redes sociales con publicidad pagada:

- Antes de considerar los anuncios pagados, asegúrese de que está publicando contenido en sus canales de manera periódica y que tiene objetivos específicos determinados para las campañas pagadas
- Priorice la promoción pagada de Facebook y apunte a una demografía que esté alineada con su público y su área geográfica
- Consulte este artículo para obtener más consejos útiles