

ORGANIZACIÓN PARA LA CAMPAÑA DIGITAL

El segundo punto para que tu campaña digital sea exitosa es el siguiente: la organización de los recursos y del equipo digital. ¡Toda campaña digital debe contar con un equipo y recursos propios para llevar adelante la estrategia!



Organización de los recursos y del equipo digital

La campaña digital puede ser muy eficiente para llegar a determinados públicos, establecer conversaciones y conseguir votos. Pero ¡eso no sucede sin recursos!

• Presupuesto

Para armar un presupuesto de la campaña digital, tienes que pensar en el equipo más adecuado al tamaño de tu campaña y los recursos a los que tendrás que recorrer: diseño, agencia, publicidad de contenidos en redes, desarrollo de sitio web, por ejemplo.

• Equipo digital

Como voluntarios o remunerados, hay que tener un equipo mínimo con al menos:

- Coordinadora de estrategia digital.
- Gestora de comunidades.
- Gestora de marketing digital.
- Diseñadora.
- Foto y video.

La coordinadora es quien hace el presupuesto, conecta el plan de campaña digital con el plan general de la campaña, ordena el calendario de publicaciones, distribuye tareas. Ella también puede acumular el rol de gestora de comunidades, pero no es ideal.

Una gestora de comunidades es la persona que identifica y maneja las diferentes audiencias. Ella debe tener una mirada al [embudo de conversión](#) y diseñar estrategias para conversar con cada audiencia, escribiendo los contenidos e informando a la diseñadora.

¿Necesitas una herramienta digital para ayudarte a trabajar tus bases de datos y convertir likes en votos? Instituto Update desarrolló [Liane](#). ¡Pruébala!

Una gestora de marketing digital maneja los anuncios en redes sociales y en Google, apoya la decisión de dónde invertir y ordena los datos de resultados para evaluación colectiva de logros.

El rol de la diseñadora es proponer una identidad visual para la campaña, producir imágenes fijas para redes (perfil y portada), imágenes para el sitio web y todas las imágenes de contenido diario, como posts de Facebook y WhatsApp, ¡incluso stickers!

Las fotos y videos muestran el calor de la campaña. Es clave tener a alguien acompañando a la candidata y haciendo registros bonitos con un buen equipo para enviárselos inmediatamente a la coordinación.

Tengo más presupuesto o más voluntarias: ¿qué rol se puede sumar al equipo?

Si tienes la oportunidad, puedes profesionalizar aún más el equipo sumando los roles de redacción, desarrollo web, datos, coordinación de voluntariado digital e ilustración, o animación.

BIO.



Gabi Juns

Comunicadora con experiencia en campañas socioambientales y políticas. Inició su trabajo en Greenpeace Brasil y fue cofundadora de la Escuela de Activismo.



Dardo Ceballos

Hactivista. Trabajo en estrategias digitales y de innovación pública. Escribí en libros, tuvimos un club y plantamos un lab... todos colaborativos.