



Ajuntament d'Olot

Protocol - Guia

XARXES SOCIALS



Índex

1. Visió General
2. Recomanacions
3. Objectius
4. Normes d'ús i respostes
5. Estil, imatge gràfica i to
6. Twitter
7. Instagram
8. Facebook
9. LinkedIn
10. Vimeo
11. Annexos
 - Comunicació de crisi
 - Protecció de dades de caràcter personal i drets d'imatge
 - Política de participació en les xarxes socials

Xarxes Socials

1. Visió general



Estratègies

Implementació i desenvolupament d'estratègies a les xarxes socials.



Contingut

Planificació, disseny i publicació de continguts qualitius i de valor afegit a les xarxes socials.



Dinamització

Dinamització de comunitats per arribar més lluny. Atenció a l'usuari i al ciutadà.



Monitorització

Monitoratge de totes les accions per mesurar l'efectivitat de cada una d'elles, per planificació i per poder lliurar els resultats a la ciutadania.



Notícies

Redacció i publicació de notes de premsa d'interès cap a la ciutadania. Priorització de continguts propis i originals.



Publicitat

Planificació i execució de campanyes de màrqueting digital / SEM a les xarxes socials quan sigui necessari per difondre determinats continguts.



Concursos

Organització i gestió de concursos, promocions, sortejos i altres accions quan siguin necessari.



Informes

Preparació dels informes trimestrals de resultats per poder analitzar les accions realitzades i lliurar i comunicar els resultats.

Xarxes Socials

1. Visió general

L'objectiu del treball i esforços dedicats a la comunicació en l'àmbit digital és poder comunicar millor, estant al costat del ciutadà ajudant-lo i acompanyant-lo a nivell informatiu en tot allò que requereixi.

Les xarxes socials són un canal obert indispensable per apropar l'Administració als ciutadans. Avui dia, permeten establir una relació més directe i eficient amb els usuaris, veïns, entitats, institucions, administracions, *influencers* i amb totes aquelles persones vinculades amb l'Ajuntament d'Olot i la ciutat d'Olot. Són una eina interactiva que ajuden a informar de forma transparent, sempre buscant la participació i complicitat de la societat en la gestió i presa de decisions.



Comunicació Corporativa

Des de l'Ajuntament d'Olot s'aposta per una gestió de la comunicació corporativa, digital i de les xarxes socials professional que permeti estar present a les principals xarxes existents. És clau la programació, periodicitat i el contingut de les publicacions. És necessari que cada una dels comptes a xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot tinguin la seva línia comunicativa per donar resposta als objectius establerts i dels usuaris, buscant sempre la participació i complicitat de la societat en la gestió i presa de decisions i escoltant activament les necessitats, suggeriments i queixes expressades per la ciutadania.

Augmentar la comunitat online

És clau oferir contingut d'interès, qualitatiu i de valor. Per això, és important comunicar:

- Actualitat informativa de totes les regidories, departaments i entitats d'Olot
- Informació corporativa del propi consistori d'interès per als ciutadans
- Agenda
- Formacions / Cursos
- Ofertes laborals
- Cultura
- Oci
- Efemèrides
- Incidències
- Activitats / Esdeveniments
- Presència a la premsa
- Projectes i programes de l'Ajuntament d'Olot
- Incidències
- Altres

Xarxes Socials

1. Visió general

L'objectiu de la guia és establir unes pautes comunes per a la presència homogènia de l'Ajuntament a les xarxes socials, integrant-les en el procés de gestió de la informació de la corporació.

La guia és d'aplicació per a tot el personal de l'Ajuntament, i està destinada també a què la ciutadania conegui la seva política d'actuació en aquesta matèria.

Cal esmentar que no es tracta d'una guia tancada. Al contrari, està destinada a ser posada en pràctica, avaluada i actualitzada periòdicament de manera que no perdi vigència al llarg del temps. Així doncs, aquesta guia vol esdevenir un instrument dinàmic, en el que tothom, partint de la seva experiència, hi pot fer aportacions a alcaldia@olot.cat.

Principis

L'Ajuntament és un organisme públic al servei de la ciutadania d'Olot, i la seva presència a les xarxes socials ha de tenir correspondència amb els principis i finalitats que té com a institució, així com en la legalitat vigent. Els principis que el guien s'extreuen del pla de mandat de l'equip de govern i de la planificació estratègica municipal:

- **Potenciar i aproximar la ciutadania els mecanismes i espais de participació ciutadana ja existents.**
- **Dotar la ciutadania de nous mecanismes i espais de participació i col·laboració.**
- **Fer de l'Ajuntament d'Olot una administració més propera i plural, garantint al màxim la difusió de l'activitat municipal.**
- **Incrementar la transparència i l'agilitat de l'Ajuntament d'Olot.**
- **Avançar en l'administració electrònica i l'ús de noves tecnologies.**

També s'inspiren en diversos decàlegs de bones pràctiques en la comunicació local d'altres administracions públiques com la Generalitat de Catalunya. En aquest sentit, les xarxes socials de l'Ajuntament tenen per objectiu:

- **Servei públic.** Motivació principal de la corporació. La comunicació i atenció a través de les xarxes socials ha de ser tan eficaç o més que altres vies bidireccionals, i a la vegada més eficient i oferir respostes i solucions així com difonent les activitats que es porten a terme a la ciutat.
- **Obertura i transparència.** Cal mostrar tal com és l'organització, amb naturalitat.
- **Qualitat.** S'han d'oferir serveis de qualitat a tota la ciutadania, seguint els protocols establerts o millorant-los.
- **Corresponsabilitat.** S'han de tenir en compte les normes de convivència i les normes d'ús pròpies de cada xarxa social.

Xarxes Socials

1. Visió general

Principis

El to de les publicacions, respostes i converses ha de ser sempre proper i cordial. La comunicació en les diferents xarxes socials on l'Ajuntament és present sempre és cap a la ciutadania.

És prioritari l'escolta activa cap a les persones i donar respostes adequades a les seves necessitats.

Des dels perfils corporatius no es poden emetre opinions personals.

Xarxes Socials

2. Recomanacions

Amb l'objectiu que les xarxes socials de L'Ajuntament d'Olot puguin assolir una **major notorietat**, una via pot ser que els treballadors del consistori puguin interactuar-hi de forma periòdica.

Al mateix temps, aquí es detallen algunes pautes per poder optimitzar-ne la gestió, dotar-les de més cohesió i homogeneïtzació indiferentment de la persona que gestioni els comptes. Això ajudarà a mostrar l'Ajuntament d'Olot i Olot amb una imatge clara, concreta i directa.

D'aquesta manera, la comunicació digital permet fer un pas més endavant aplicant una nova manera de fer política basada en:

La **participació**

La **transparència**

El **rigor**

La **col·laboració ciutadana** i **co-administració**

- Tenir present que estem tractant amb canals de recepció i emissió d'informació constant.
- El Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot s'encarregarà de produir i publicar informació i continguts informatius i audiovisuals de qualitat que puguin aportar valor als usuaris i ciutadans.
- Ser respectuosos amb els diversos punts de vista, contestant sempre amb una actitud constructiva, amb un to dinàmic, proper i engrescador, en consonància amb la línia comunicativa de l'Ajuntament d'Olot.
- Ésser coherent amb cada un dels mitjans, el seu estil i la institució que representen.
- Escriure correctament, evitant faltes i revisant el lèxic. En cas de dubte, verificar-ho amb correctors, diccionaris existents i publicar la versió oficial acceptada de cada paraula, en cada cas.
- Ser constants, disposar d'una planificació estratègica detallada setmanalment i publicar contingut de forma periòdica que sigui de valor per al ciutadà i usuaris.
- Donar resposta les peticions pertinents, responent als comentaris, mencions o comparticions de contingut que es rebin a cada xarxa social.
- Utilitzar un estil de llenguatge no discriminatori, bidireccional, respectuós i cordial basat en la coresponsabilitat, el servei públic i la transparència. Portar a terme una comunicació corporativa que sigui inclusiva, no androcèntrica ni sexista; trencant amb els estereotips de gènere.
- Utilitzar paraules col·lectives que no comportin l'ús de formats dobles com per exemple: 'personal', 'conjunt', 'equip', 'plantilla'.
- Promoure uns usos lingüístics que incloguin homes i dones en tot el que estigui relacionat amb professions, oficis, càrrecs o funcions.
- Apostar per contingut visual tal com imatges o vídeos de forma habitual a les xarxes. A Twitter i a Instagram cal incrustar els vídeos i tenir en compte les especificitats per facilitar-ne la visualització.

Xarxes Socials

2. Recomanacions

Publicitat i difusió de l'Ajuntament d'Olot a les xarxes socials i en l'àmbit comunicatiu digital.

Caldrà fer difusió de les xarxes socials a totes les comunicacions, publicacions i elements publicitaris que es realitzin.

Caldrà incloure la icona de cada una de les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot a:

Qualsevol publicitat corporativa: pòsters, fulletons, rollups, signatures de correu corporatives.

- Web de l'Ajuntament d'Olot i a totes les plataformes web de la Corporació. Han de ser enllaços interactius.
- Documentació publicitària o no que sigui d'ús per a la ciutadania.
- Documentació de l'Oficina d'Atenció al Ciutadà.
- Espais concrets físics de l'Ajuntament d'Olot.
- Xarxes socials o blocs d'altres departaments que funcionen amb una gestió pròpia.
- Altres webs, blogs i xarxes amb qui s'intercanvia publicitat.

Xarxes Socials

3. Objectius

La gestió professional de les xarxes socials té com a objectius principals:

OBJECTIUS QUANTITATIUS

1. Servei públic

La importància del servei públic i donar resposta a les peticions ciutadanes.

2. Generar tràfic a la pàgina web de l'Ajuntament d'Olot

Es realitzen informes estadístics trimestrals de l'evolució i anàlisi de les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot i també serviran per orientar les accions.

3. Ampliar la difusió

Ampliar la difusió de les xarxes socials per poder informar al màxim nombre de persones possibles, seguint el principi de servei públic. Aquestes dades i xifres s'inclouen en els informes trimestrals de comunicació digital que serveixen d'orientació per a la possible realització d'accions per incrementar la difusió de continguts.

Xarxes Socials

3. Objectius

La gestió professional de les xarxes socials té com a objectius principals:

OBJECTIUS QUALITATIUS

1. Informar i donar resposta a la ciutadania amb el màxim de qualitat i rapidesa

2. Visibilitat

Dotar l'Ajuntament d'Olot de més visibilitat i presència, tenint en compte els recursos disponibles.

3. Unificació

Unificar la gestió de xarxes socials i la nova web en una única estratègia digital: simplificant la recerca de l'usuari, donant una imatge d'unitat sense duplicació de continguts i aportant més facilitats.

4. To

Unificació el to discursiu i comunicatiu de l'Ajuntament d'Olot.

5. Participació i escolta activa

Foment de la participació i l'escolta activa.

6. Reconeixement

Posicionar, digitalment, els següents conceptes:

a) **www.olot.cat**

És el nom de la pàgina web i de part d'algunes de les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot. La voluntat és que aquesta terminació simplifiqui la recerca i el record en l'usuari. Cal mantenir els noms i URL tal com s'especifica a continuació:

Web: www.olot.cat

Twitter: www.twitter.com/Olotuit

Facebook: www.facebook.com/AjuntamentOlot

Instagram: www.instagram.com/olot_cat

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/ajuntamentolot/?viewAsMember=true>

Vimeo: <https://vimeo.com/ajuntamentolot>

Xarxes Socials

3. Objectius

La gestió professional de les xarxes socials té com a objectius principals:

b) #AjuntamentOlot #Olot #femciutat

Són el nom del municipi i de l'Ajuntament de la ciutat així com actuen com si es tractés de l'etiqueta principal. Conviuran i es potenciaran amb altres com: #OlotEsports #OlotCultura #PleOlot #femciutat #OlotInforma etc... És clau que el màxim nombre de persones – treballadors de l'Ajuntament d'Olot, veïns de la ciutat i, en general, tota la ciutadania - puguin utilitzar aquestes etiquetes per poder-les ubicar i col·locar als comentaris i publicacions.

Xarxes Socials

4. Normes d'ús i respostes

Les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot es coordinen amb el Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot.

- En cas de sorgir la necessitat, per part d'un departament, àrea, administració vinculada o projecte, de crear una nova xarxa social, s'informarà prèviament al Departament de Comunicació.
- Les queixes i els suggeriments s'hauran de respondre de forma àgil i seran considerats com una bona oportunitat per: resoldre problemes, obtenir agraïment, millorar habilitats.
- Les mencions, preguntes o suggeriments es respondran tan aviat com sigui possible.
- Si es formula una pregunta, es respondrà amb una resposta o amb un missatge directe (en obert o privat).
- Si es rep una crítica negativa de forma recurrent, es podrà derivar a un canal privat.

Per donar-hi la millor resposta a possibles queixes se seguirà el següent procediment:

QUEIXES SENSE DETALLAR

Exemples: els carrers estan bruts, no es recullen les escombraries, hi ha problemes d'incivisme, el meu barri no es cuida.

Es demanarà ampliar informació sobre quin carrer es tracta, quin barri i totes les dades possibles per poder aportar una resposta més acurada i derivar la informació al Departament de l'Ajuntament d'Olot encarregat de gestionar-ho .

QUEIXES DETALLADES

Exemples: incivisme al carrer Sant Rafel, mala gestió de les andròmines al barri Bonavista o sorolls a l'avinguda Sant Jordi.

Com a primera resposta s'emetrà un agraïment pel seu comentari i es demanarà si es pot ampliar més la informació.

En cas que l'usuari/a pugui aportar més informació es gestionarà i contactarà amb el tècnic responsable de l'àrea per si es disposa d'una resposta ràpida i precisa per poder aportar.

Si, per la tipologia de la qüestió o temporalment el tècnic/a no disposa d'una resposta àgil es derivarà l'usuari a l'apartat web de l'Ajuntament:

[Suggeriments, queixes i propostes de la web de l'Ajuntament d'Olot.](#)

Us informem que, per a queixes i suggeriments, podeu fer-ho a través de la seu electrònica de l'Ajuntament d'Olot: (enllaç URL)

Tots els comentaris, queixes o suggeriments s'hauran de respondre preferiblement al moment o, com a màxim, en un termini de tres dies.

Totes les consultes, queixes i suggeriments es traslladaran mensualment a un document on quedaran registrades.

Xarxes Socials

5. Estil, imatge gràfica i to

A continuació es desgranen algunes pautes pel que fa a l'estil, imatge i to que cal mantenir a totes les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot.

Com a norma general:

Dirigir-se sempre en un to proper i planer, mostrant sempre una predisposició a escoltar i ajudar a la ciutadania en tot el que sigui possible, oferint solucions a tots els seus dubtes i consultes.

Oferir una comunicació eficient tant presencialment com a xarxes socials seguint el Manual d'Estil de l'Ajuntament d'Olot.

Tenir en compte les normes d'ús, característiques i elements de cada xarxa social.

Fomentar la participació i engagement a les xarxes socials i donar resposta ràpida a les qüestions que s'hi plantegin.

Escriure sense parlar en negatiu, ni en majúscules, ni utilitzant semàntica agressiva.

La informació sigui sintètica, rigorosa i concisa.

Frases curtes, evitant l'ús de subordinades, gerundis, oracions passives i respectant l'ordre lògic dels elements de les frases: subjecte + verb + complements.

Evitem l'ús d'arcaïsmes, cultismes o tecnicismes innecessaris.

S'utilitzarà un llenguatge no sexista, igualitari, inclusiu i respectuós amb les minories. En aquest sentit, evitem l'ús de les barres per adjuntar la forma femenina (nens/es). Millor utilitzar formes genèriques (els infants).

Per adreçar-nos a les persones usuàries farem servir la segona persona del singular i del plural, segons el moment i la qüestió. A l'hora de donar resposta a missatges directes ens referirem a la persona com a 'vostè'.

Xarxes Socials

5. Estil, imatge gràfica i to

A continuació es desgranen algunes pautes pel que fa a l'estil, imatge i to que cal mantenir a totes les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot.

No escriurem punts ni als títols ni als subtítols ni als destacats. No escriurem un punt al final de frases que acabin amb un signe d'interrogació o d'exclamació.

Els punts suspensius: només se n'escriuran tres, i no es posarà mai una coma davant dels punts suspensius. No es posaran mai tres punts suspensius després de l'abreviatura, etc.

Escriurem en cursiva les adreces electròniques i de pàgines web: *www.olot.cat*

Les indicacions horàries les escriurem amb xifres, separant-les amb un punt i deixant un espai entre l'hora i la 'h': 19.45 h. Una altra opció, si es pot, serà escriure-ho com $\frac{3}{4}$ de 8 h.

Marcarem els milers amb un punt: 1.234 unitats.

Posarem amb números les desenes, centenes i milers de milions que s'escriuen amb més d'una paraula i escriurem amb lletres les paraules milió, milions, bilió, bilions, trilió o trillions: 20 bilions, 33 milions, 6 trillions.

Escriurem en català tots els termes estrangers que disposin de traducció en aquesta llengua.

Les imatges de capçalera de Twitter, Facebook i LinkedIn es canviaran 4 cops a l'any; segons l'estació de l'any. Es cercaran imatges representatives de la ciutat i de l'estació: hivern, primavera, estiu i tardor. A part, valorar, en els casos que sigui convenient, d'introduir altres imatges per fer ressò de determinats projectes o campanyes.

Les entrades visuals a les xarxes socials seguiran les línies i dissenys bàsics marcats per l'Ajuntament d'Olot.

Xarxes Socials

6. Twitter

Twitter permet arribar a un públic específic de caire professional. Es basa en la immediatesa i l'actualitat i, per això, s'utilitza com un canal per difondre esdeveniments, agenda, notícies, projectes i campanyes.

Cal tenir en compte que, en aquesta xarxa social, la majoria de seguidors seran més aviat públic prescriptor, mitjans de comunicació o professional i, per tant, això afecta directament al contingut que s'hi mostri.

El compte de Twitter de l'Ajuntament d'Olot ofereix cobertura les 24 hores els 365 dies de l'any i es treballa per crear comunitat.

- **Descripció del perfil:** Complementar tot el perfil del compte amb tota la informació necessària, descripció de l'Ajuntament amb *hashtag* incorporat, web, localització i icona ajustada a les característiques així com variar la capçalera del perfil segons l'estació, temporada o elements concrets que puguin ser interessants, segons convingui. L'objectiu és que el compte de l'Ajuntament d'Olot sigui vist com un referent informatiu, en tots els àmbits.

Perfil oficial de l'Ajuntament d'Olot a Twitter:

Ajuntament d'Olot
@Olotuit

Perfil oficial de l'Ajuntament d'Olot. El dia a dia a la ciutat, en català. #100olot

Olot, España
olot.cat

Unit: agost de 2011

2.928 fotos | vídeos

Tuits 17,1m Seguint 3.618 Seguidors 8.406 Agradaments 495

Tuits Tuits i respostes Continguts

Ajuntament d'Olot @Olotuit · 18 h

Arts visuals, mappings, projeccions interactives i, sobretot, música electrònica de la mà de 12 artistes referents internacionals. Tot això i molt més és #Nibiru, la Mostra d'Art Avançada que omplirà #Olot el pròxim 23 de novembre. Preparats?

nibru.cat

Vols treure profit de totes les característiques noves del Twitter?

És molt fàcil: només cal que inicies la sessió.

Entra

Registra't

També et pot interessar - Actualitza

Ràdio Olot @Radiolot

Xarxes Socials

6. Twitter

Elements a tenir en compte pel que fa a la creació i publicació de les piulades.

- **Publicació / copy:** Aquesta xarxa social permet realitzar publicacions amb text, enllaços, fotografies, gifs, vídeos i també enquestes. Actualment, a Twitter únicament es poden escriure 280 caràcters però es recomana intentar ajustar-se als 140 inicials que permetia l'aplicació en els seus inicis. És important sintetitzar el contingut sense tallar paraules i, sobretot, utilitzar el propi llenguatge que permet l'eina com icones/emojis, *hashtags*, separacions.
 - A l'hora de fer una piulada, sempre introduïrem les etiquetes/hashtags al principi o al final del text.
 - L'ordre de la piulada serà: Text + #Olot + altres #etiquetes del municipi que estiguin vinculades amb el tema.
 - Separarem les altres etiquetes del municipi per un espai en blanc.
 - Sempre inclourem l'enllaç escurçat i personalitzat a través de bit.ly.
 - Sempre acompanyarem la piulada amb una imatge o vídeo treballat i personalitzat per la xarxa per fer-lo més atractiu i perquè puguem obtenir més compromís i visualitzacions.
- **Etiquetes / Hashtags:** Són claus per guanyar visibilitat. No obstant això, no cal utilitzar-nos en abús. S'aconsella un màxim de tres per publicació: o que formin part de la publicació o que estiguin separats a nivell estructural i gràfic del copy de la publicació. Prioritàriament, les etiquetes principals a introduir a les publicacions són: #Olot #AjuntamentOlot #femciutat #100olot; segons correspongui. En casos d'incidències a la ciutat s'utilitzarà: #OlotInforma.
- **Periodicitat:** El recomanable és poder publicar entre 5 i 10 publicacions pròpies al dia. En general, no se superaran les 10 piulades diàries.
- **Hora de publicació:** És important analitzar les dades que la mateixa eina proporciona per poder trobar la franja horària més activa. No obstant això, en ser una eina més pensada per àmbit professional, cal tenir-ho en compte a l'hora de gestionar-ho així com l'objectiu de servei públic de la institució.
- **Programació de publicacions:** Twitter no disposa d'un sistema propi de programació de publicacions però existeixen eines com Hootsuite que permeten fer-ho. El consistori disposa d'un compte de Hootsuite per gestionar aquesta xarxa social.

Xarxes Socials

6. Twitter



- **Enllaços:** Aporten valor a la informació i se'n farà ús sempre que sigui possible. Principalment s'enllaçarà amb la web de l'Ajuntament d'Olot tot i que també es pot enllaçar amb altres portals i webs que siguin fonts fiables.
- **Esdeveniments en directe:** Conferències, activitats i sessions organitzades directament per l'Ajuntament d'Olot poden tenir una cobertura en directe. Caldrà crear una etiqueta que estigui lliure i que faci referència a l'acte. Els esdeveniments es planificaran prèviament per crear les etiquetes i poder-ne fer difusió amb temps. Totes les etiquetes creades hauran de visualitzar-se en les accions que es realitzin en la comunicació convencional, fora de línia. Els departaments que vulguin cobertura d'un esdeveniment, caldrà que ho sol·licitin amb antelació suficient.
- **Repiulades:** Únicament es repiularan aquells posts que provenguin de fonts de confiança, ja siguin a nivell personal, experts o institucions i que lliguin amb els objectius comunicatius establerts. Les piulades de fonts de confiança que difonen #Olot #AjuntamentOlot, se'ls indicarà amb un 'm'agrada' per part del compte de l'Ajuntament d'Olot a Twitter. El nombre de repiulades no serà excessiu i mai superarà el nombre de piulades de producció pròpia.
- **Sinergies amb altres comptes:** Es recomana citar els comptes vinculats etiquetant-los a les imatges de les publicacions o mencionant-los en el copy de la publicació, fer retuits i 'm'agrada'. Reduir al mínim possible els *retweets* i substituir-ho per *likes*. És clau la qualitat i no la quantitat. Cal crear contingut, de qualitat, però sense atabalar els usuaris.
- **Analítica:** Twitter disposa d'un apartat d'analítica. És útil revisar-ho periòdicament per controlar el desenvolupament i optimitzar la gestió de la xarxa.
- **Seguidors:** Se seguirà a totes aquelles persones i organitzacions relacionades amb l'estratègia de servei de la pàgina web de l'Ajuntament d'Olot, entitats, associacions, institucions i administracions que tinguin vinculació amb les tasques i àrees del Consistori. Es podrà repiular les publicacions d'interès dels regidors i regidores que difonguin informació d'interès relacionada amb el municipi. No es repiularan opinions personals.

Xarxes Socials

6. Twitter

- **Mides de les imatges en publicacions orgàniques:**
 - Imatge de capçalera de perfil: 1500x500px o 1024x280px. Format JPG o PNG i pes màxim de 5MB
 - Fotografia de perfil: 400x400px amb un pes màxim de 2MB. Es mostrarà com 200x200px
 - Fotografia per il·lustrar un tweet: 1024x512px / No pot ser menor de 600x335px. Format JPG, PNG o GIF. Cal tenir en compte que el pes màxim són 5 MB per fotos, 5 MB per GIFs en mòbil i 15 MB a la web. Només es poden afegir fins a 4 imatges en un mateix post
 - Tweets amb diferents fotografies: 600x335px per a mòbil / 600x600 per a ordinador. Pes màxim de 3MB
 - Fotografia Twitter cards: 800x418px/ 800x800px
 - Fotografia imatge prèvia tweet: 440x220px
- **Mides de les imatges d'anuncis:**
 - Fotografia Website Card: 800x320px i pes inferior a 3MB
 - Lead Generation Card: 800x200px i pes inferior a 3MB
 - Basic App Card: 144x144px
 - Imatge App Card: 800x320px i pes inferior a 3MB
 - Summary Card amb imatge gran: 280x150px amb un màxim de 1MB de pes. Cal disposar de títol de 70 caràcters i descripció d'un màxim de 200 caràcters.

Cal tenir en compte que els vídeos inserits directament a l'aplicació no poden superar els 2 minuts i 20 segons.

PROPOSTES TEMÀTIQUES

- Informa de totes les àrees de l'Ajuntament d'Olot:
 - Institucionals: Projectes i iniciatives de les diferents àrees i departaments de l'Ajuntament d'Olot i mesures implementades.
 - Informació social i de servei com incidències, emergències, comunicacions de crisi, el temps, trànsit i ocupació.
 - Informació de les diferents àrees de l'Ajuntament d'Olot.
 - Esdeveniments.
 - Retransmissions en directe.
 - Continguts elaborats exclusivament per a aquesta xarxa social com imatges, càpsules, vídeos, enquestes, sortejos i altres informacions de qualitat que afegixin valor al perfil.
- Notes de Premsa de totes les àrees de l'Ajuntament d'Olot.
- Activitats i accions diàries que es portin a terme a la ciutat.
- Difusió de reportatges o publicacions que es facin sobre el consistori.
- Informacions de l'Arxiu Comarcal d'Olot i La Garrotxa.
- Imatges, gràfics o càpsules audiovisuals.
- Efemèrides.
- Celebracions de dies internacionals vinculats amb el servei públic de la institució.
- Difusió d'activitats a través d'altres entitats de la vila i donant ressò a altres perfils socials però sempre fent-ho amb contingut o post propi + enllaç.

Xarxes Socials

6. Twitter

Com a norma general se seguirà el següent ordre:

PERIODICITAT	TEMÀTIQUES
Cada dia	Entre 4-5 piulades diàries sobre esdeveniments, accions, projectes, notes de premsa, activitats o qualsevol informació relacionada amb alguna de les àrees de l'Ajuntament d'Olot.
Cada setmana	Entre 1-3 piulades d'ampliació i contingut propi amb vídeos, consells o recomanacions i piulades sobre altres administracions o informacions que puguin ser d'interès.
Cada 15 dies	1 – 2 Piulada de contingut original sobre curiositats o anècdotes.
	1 – 2 Piulades per aproximar els comerços i associacions a entitats.
	1 – 2 Piulades amb contingut propi: imatges, GIFs o vídeos per difondre activitats, projectes a llarg termini, pilars o promoció de la ciutat.

Xarxes Socials

7. Instagram

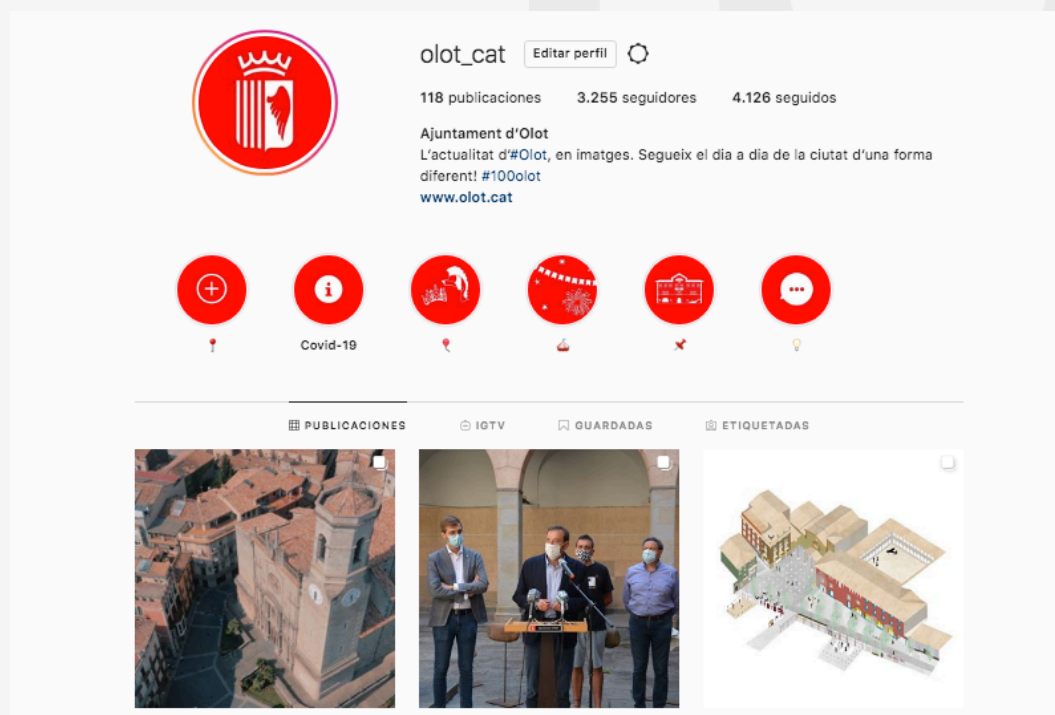
Es recomanable anar intercalant la tipologia de publicacions (fotografia i vídeo) així com les característiques a nivell gràfic de les publicacions i aprofitar al màxim les pròpies eines que aporta la xarxa. .

Tenir present la tendència creixent pel que fa a la utilització dels Instagram Stories.

Tenen una limitació de fins a 10 segons i es poden pujar imatges, vídeos, boomerangs o el que es pugui considerar a nivell audiovisual sempre que pesin menys d'uns 40 MB.

- **Perfil:** Disposar d'una descripció engrescadora, localització, web vinculada i informació actualitzada. Es pot afegir elements temporals com revinculacions o etiquetes de campanyes promocionals o altres, segons es consideri oportú.

Perfil oficial de l'Ajuntament d'Olot a Instagram:



Xarxes Socials

7. Instagram

- **Copy:** Els textos, com en la resta de xarxes socials, han de ser els més curts i directes possibles.

S'aconsella afegir un o dues icones/emojis al principi, a la meitat o al final de la publicació. Si s'utilitzen diversos idiomes, cal separar-los entre ells com també és necessari separar el cos del text dels hashtags mitjançant una filera de punts rodons.

Estructura i estil de les publicacions de l'Ajuntament d'Olot a Instagram:



- **Etiquetes:** Es recomana introduir fins a 10 etiquetes, com a màxim. No utilitzar hashtags generals. Cal valorar quins són els més útils en cada ocasió. Al mateix temps, també es poden utilitzar per respondre als usuaris que interactuïn amb el compte.

És recomanable la creació de hashtags exclusius de l'Ajuntament o aprofitar-ne d'altres com #Garrotxa que s'utilitzen habitualment i poden ser descriptius del Consistori perquè les publicacions de l'Ajuntament puguin guanyar visibilitat.

L'ús d'etiquetes és clau per a l'organització, visualització i posicionament de les publicacions. Prioritàriament, les etiquetes principals a introduir a totes les publicacions són: #Olot #AjuntamentOlot #femciutat #100olot. En casos d'incidències a la ciutat s'utilitzarà: #OlotInforma.

Xarxes Socials

7. Instagram

- **Històries destacades:** Jugar amb l'opció de les històries destacades que es poden crear seguint les línies estratègiques del Consistori, les campanyes comunicatives o altres projectes, que poden ser temporals, estacionals o concrets en un període de temps. La imatge de referència de cada una de les històries destacades és necessari que segueixi la línia visual i estilística marcada.
- **Periodicitat:** Tenint en compte les característiques i volum de treball, s'aconsella realitzar no més d'una publicació al dia. En línies generals serien 3 publicacions a la setmana així com un mínim de 7 stories a la setmana.
- **Horari de publicació:** No hi ha una norma general aplicable en tots els casos tenint en compte la vocació de servei públic d'aquest compte. Es recomana provar diverses franges horàries, analitzar els resultats a través de l'apartat d'analítica del compte i extreure'n conclusions de forma continuada. Avui dia, segons els estudis publicats, la millor franja per la tipologia de contingut previst en aquesta xarxa és a la tarda, a partir de les 17.00 h.
- **Programació de les publicacions:** Avui dia l'eina no permet programar les publicacions però existeixen sistemes/programaris com *Unum* o *Hootsuite* que sí que ho permeten. Cal tenir en compte que *Hootsuite* només permet la programació d'una sola imatge com a post i, actualment, no es poden programar els Instagram Stories. El consistori disposa d'un compte de Hootsuite per gestionar aquesta xarxa social.
- **Enllaços:** A part dels enllaços del perfil del compte, els altres enllaços no són interactius.
- **Sinergies:** És important, en la mesura que es pugui, mencionar sempre que es pugui els comptes vinculats amb el Consistori o amb la temàtica tractada ja siguin empreses, comptes personals, entitats, institucions...) i, al mateix temps, marcar 'm'agrada' i comentar altres publicacions per potenciar al màxim l'*engagement*. Es poden buscar comentaris i pots relacionats a través dels hashtags així com també de les ubicacions. Sempre que es mencioni a algú és preferible fer-ho etiquetant-los a la imatge per evitar dificultar la lectura dins el text de la publicació.

Xarxes Socials

7. Instagram

- **Esdeveniments en directe:** L'eina permet realitzar vídeos en directe així com stories en directe, una funcionalitat que es té en compte en aquells casos que sigui necessari.
- **Interacció i seguidors:** Cal gestionar els comentaris i missatges directes amb la màxima brevetat possible. Si no es pot respondre en aquell moment, sempre es pot posar un 'm'agrada'. A part d'això, es disposa de respostes prefixades i creades per donar la benvinguda als nous usuaris que segueixin el compte. En una primera fase, per fer créixer l'abast del canal, se seguiran a tots aquells comptes que estiguin vinculats amb el territori i la ciutat. Posteriorment, es reduirà el nombre de comptes a seguir i només es mantindran entitats, administracions i empreses de la zona. Es recomana seguir perfils rellevants respecte a l'activitat que es realitzi, així com de manera més genèrica respecte al interès general de la corporació. Així mateix, cal tenir present que aquest seguiment ha de ser observat de manera activa; és a dir, consultant les publicacions del timeline del perfil, comentant o marcant com a favorites aquelles rellevants i aportant al mateix temps informació valuosa.
- **Analítica:** Instagram disposa d'un apartat d'analítica que és recomanable revisar periòdicament per poder optimitzar la gestió d'aquesta xarxa social.
- **Línia i to.** Ús d'un to i llenguatge propers. Seguir la línia estilística marcada pel que fa a la creació d'infografies i elements de contingut propi que permetin diferenciar la identitat gràfica i comunicativa.

Xarxes Socials

7. Instagram

- **Mides de les imatges en publicacions orgàniques:**

- Fotografia de perfil: 110x110px
- Fotografia quadrada: 1080x1080px / 640x640px / Tamany màxim és: 2080x2080px
- Fotografia horitzontal: 1080x566px / 600x400px
- Fotografia vertical: 1080x1350px. Instagram ho mostrarà en 600x749px
- Mides per als vídeos de timeline quadrats: 640x640px i duració d'entre 3 fins a 60 segons. Si són més de 60 segons serà tractat com a IGTV.
- Vídeos horitzontals: 600x315px
- Vídeos verticals: 600x750px

- **Mides dels Instagram Stories:**

- Mides per imatges i vídeos per a Instagram Stories: 750x1334px o 1080x1920px i una duració màxima de fins a 15 segons.

- **Mides de les imatges dels anuncis:**

- Format d'anunci quadrat: 1080x1080px. Instagram ho mostrarà en 640x640px
- Format d'anunci horitzontal: 1080x566px. Instagram ho mostrarà en 600x400px
- Format anunci amb fotografia vertical: 1080x1350px
- Format d'anunci vertical Stories: 1080x1920px

Posar especial atenció al text dels anuncis perquè únicament pot suposar un 20% de la imatge.

1. Xarxes Socials

7. Instagram

PROPOSTES TEMÀTIQUES

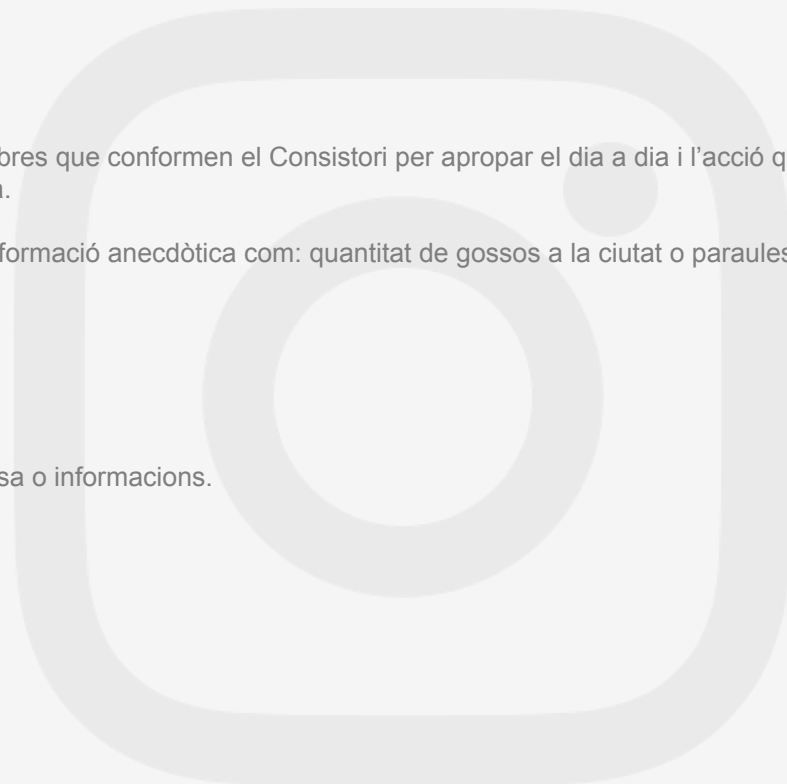
- Informar de totes les àrees de l'Ajuntament d'Olot i dels projectes de la ciutat:
 - Institucionals: Activitat municipal i mesures adoptades.
 - Informació de les diferents àrees de l'Ajuntament d'Olot.
 - Esdeveniments.
 - Continguts elaborats exclusivament per a aquesta xarxa social com imatges, càpsules, vídeos, enquestes, sortejos i altres informacions de qualitat que afegixin valor al perfil.
- Activitats i accions diàries que es portin a terme a la ciutat.
- Activitats comercials que porta a terme la ciutat.
- Promoció d'espais i racons de la ciutat; prioritzant la qualitat de les imatges.
- Fires.
- Festivals.
- Activitats culturals.
- QuizOlot | Enquestes sobre història de la ciutat o elements clau de la vila.
- Campanyes concretes vinculades amb fires i activitats de la ciutat.
- Campanyes de ciutadania.
- Efemèrides i diades internacionals o festivitats claus de la ciutat.
- Abans i ara | Imatges d'abans i ara de la ciutat acordades prèviament amb l'Arxiu Comarcal d'Olot i La Garrotxa.

1. Xarxes Socials

7. Instagram

PROPOSTES TEMÀTIQUES

- Petites càpsules testimonials dels membres que conformen el Consistori per apropar el dia a dia i l'acció que es realitza a l'ajuntament a la ciutadania.
- Secció 'Sabies què?' | Càpsules amb informació anecdòtica com: quantitat de gossos a la ciutat o paraules olotines en desús, per exemple.
- Elements esportius.
- Campanyes concretes i específiques.
- Difusió de determinades notes de premsa o informacions.



1. Xarxes Socials

7. Instagram

Com a norma general se seguirà el següent ordre:

PERIODICITAT	TEMÀTIQUES
Cada setmana	Entre 1-3 publicacions de contingut informatiu i de fotografies d'espais de la ciutat o projectes que s'hi duen a terme.
Cada 15 dies	Píndoles audiovisuals, campanyes o contingut propi creat així com altres projectes o campanyes concretes.
	QuizOlot
	Sabies que?
	Imatges d'abans i ara

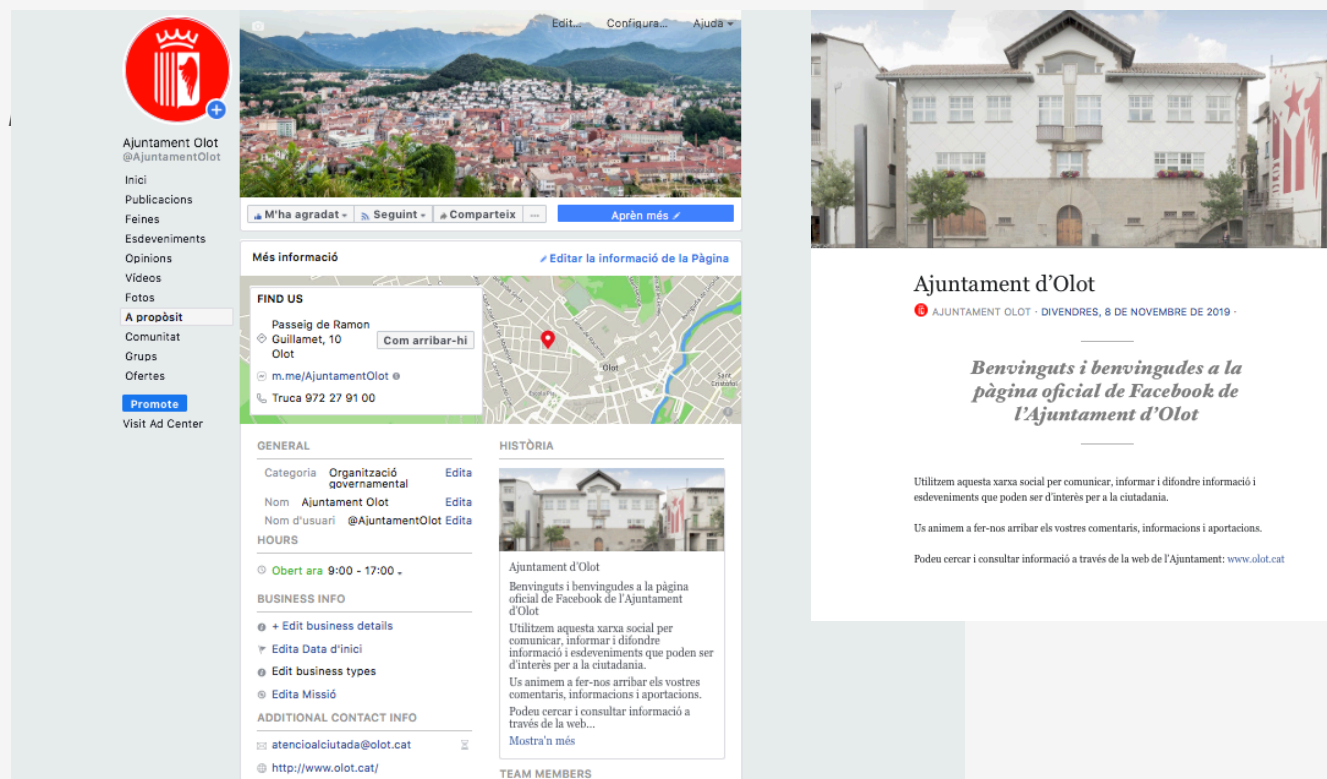
INSTAGRAM STORIES	TEMÀTIQUES
Cada dia	Publicacions de contingut informatiu.
	Píndoles audiovisuals, campanyes o contingut propi creat.
	QuizOlot
	Sabies que?
	Imatges d'abans i ara
	Fotografies d'espais de la ciutat o projectes que s'hi duen a terme.

1. Xarxes Socials

8. Facebook

Facebook continua sent una de les principals plataformes amb més de 2 milions d'usuaris actius.

- **Perfil:** Disposar d'una descripció engrescadora, localització, apartat d'història' determinat, web vinculada i informació actualitzada. Es pot afegir elements temporals, segons convingui per així tenir-ho el màxim d'actualitzat. Tenir present que cal disposar de tots els camps omplerts així com la web, telèfon de contacte, descripció de l'empresa i tots els elements necessaris. Personalització de les imatges de perfil amb el logotip del consistori i introducció d'imatge actualitzada o un vídeo a la capçalera que s'ha de modificar o actualitzar periòdicament, segons les estacions o campanyes que es portin a terme.



Ajuntament d'Olot
@AjuntamentOlot

Inici
Publicacions
Felines
Esdeveniments
Opinions
Videos
Fotos
A propòsit
Comunitat
Grups
Ofertes
Promote
Visit Ad Center

Més informació Editar la informació de la Pàgina

FIND US

Passeig de Ramon
Guillemet, 10
Olot
Com arribar-hi

m.me/AjuntamentOlot
Truca 972 27 91 00

GENERAL

Categoria	Organització governamental	Edita
Nom	Ajuntament Olot	Edita
Nom d'usuari	@AjuntamentOlot	Edita

HOURS

Obert ara 9:00 - 17:00

BUSINESS INFO

- + Edit business details
- Edita Data d'inici
- Edit business types
- Edita Missió

ADDITIONAL CONTACT INFO

- atencioalciutada@olot.cat
- http://www.olot.cat/

HISTÒRIA

Ajuntament d'Olot

Benvinguts i benvingudes a la pàgina oficial de Facebook de l'Ajuntament d'Olot

Utilitzem aquesta xarxa social per comunicar, informar i difondre informació i esdeveniments que poden ser d'interès per a la ciutadania.

Us animem a fer-nos arribar els vostres comentaris, informacions i aportacions.

Podem cercar i consultar informació a través de la web...

Mostra'n més

TEAM MEMBERS

1. Xarxes Socials

8. Facebook

- **Copy:** els textos, en general, han de ser els més curts possible. S'aconsella introduir icones per dinamitzar el llenguatge i crear més engagement, entre 1 o 2, però sense fer-ne un abús que pugui dificultar la lectura.
- **Etiquetes:** No són molt emprats ni habituals en aquesta eina i, per això, únicament s'inclouran en aquelles temàtiques i temes que ho requereixin com incidències a la ciutat, informacions vinculades amb Departaments com Cultura, Esports o campanyes concretes que disposin d'eslògan o etiqueta pròpia. En aquests casos es col·locarà al principi separat per una barra recta o al final de la publicació deixant un espai entre el cos del text i les etiquetes.
- **Facebook Stories:** Se'n farà ús quan es consideri convenient.
- **Periodicitat:** Diverses vegades a la setmana però sense superar les 2 actualitzacions diàries en franges horàries diferents, a no ser que l'actualitat ho faci necessari.
- **Hora de publicació:** És important analitzar les estadístiques que l'eina facilita i, després de provar diverses franges horàries, en funció dels resultats obtinguts, ajustar aquella que funcioni millor, tenint en compte el contingut, el nombre total d'usuaris que ho han visualitzat i la interacció. (Estadístiques / Publicacions). En el cas de l'Ajuntament d'Olot el punt àlgid es troba entre les 12 i les 13 h del migdia.
- **Programació de les publicacions:** Es recomana la utilització de sistema de programació que permet Facebook i complementar-lo amb publicacions esporàdiques, publicades al moment.
- **Enllaços:** És recomanable acompanyar les publicacions d'imatges o, si s'escau, enllaços a pàgines web de l'Ajuntament d'Olot o entitats vinculades al Consistori per així redirigir tràfic i que els usuaris puguin ampliar la informació que considerin.
- **Sinergies:** Es recomana compartir i estar al dia de les publicacions de pàgines vinculades i també a totes les publicacions mencionar i etiquetar a aquelles entitats que es considerin així com fer seguiment de l'activitat d'altres comptes. És recomanable fer menció de les entitats i altres administracions dins del text de la publicació i no al peu o en altres espais.

1. Xarxes Socials

8. Facebook

- **Interacció i seguidors:** Cal mantenir una bona comunicació i resposta amb els usuaris que consulten o fan comentaris a l'Ajuntament d'Olot a través d'aquesta eina. En els casos que sigui convenient – per les característiques dels comentaris i conversació – cal intentar moure la conversa a l'àmbit privat, a través de missatges directes de Facebook Messenger i, en tots els casos, tractar des del primer moment a la persona pel seu nom d'usuari per mostrar que no es tracta d'un missatge personalitzat, i no automatitzat. Es té present la possibilitat d'introduir missatges de benvinguda o atenció durant determinats períodes de temps o en els casos que es consideri més convenient.

L'Ajuntament d'Olot es farà seguidor o marcarà que li agrada la pàgina de totes aquelles entitats, administracions i institucions corporatives i d'àmbit públic amb qui disposin de relació a nivell territorial o funcional.

- **Analítica:** Facebook disposa d'un apartat amb anàlisi que permet avaluar la gestió del compte. Es recomana revisar periòdicament per optimitzar-ne el desenvolupament.
- **Línia i to:** Majoritàriament el contingut serà propi i visual, sempre acompanyat d'imatges, infografies, vídeos o impactes publicitaris i promocionals especialment editats o creats per a la xarxa social. Es compartirà sempre contingut visual, seguint la imatge corporativa de l'Ajuntament d'Olot i que tant poden ser infografies, imatges o vídeos. Tenir present que els vídeos es poden organitzar així com, en els casos que sigui necessari, crear àlbums de fotografies.
- **Esdeveniments:** Cal tenir present que és necessari crear tots aquells esdeveniments culturals que l'Ajuntament d'Olot gestioni per difondre l'activitat i arribar a tots els possibles veïns i veïnes.

1. Xarxes Socials

8. Facebook

- **Mides de les imatges de publicacions orgàniques a Facebook:**

- Fotografia de perfil: 180x180px seran 32x32px en la versió mòbil
- Fotografia de portada: 851x315px / 820x312px, preferiblement en JPG. En cas de mostrar textos o logos, millor en format PNG.
- Vídeo de portada: Es recomana de 820 x 462px i una duració d'entre 20 i 90 segons. (El mínim ha de ser de 820 x 312 px)
- Fotografia post horitzontal: 1200x630px
- Fotografia post quadrat: 1200x1200
- Fotografia vista prèvia d'un enllaç: 1200x630px
- Fotografia portada d'un esdeveniment: 1920x1080px
- Fotografia per Facebook Stories: 1080x1920
- Fotografia d'un post carrusel: proporcionalment quadrada

- **Mides de les imatges dels anuncis:**

- Fotografia d'un anunci amb enllaç: 1200x628px
- Fotografia d'un anunci tipus carrusel: 1080x1080px
- Fotografia per a un anunci de 'likes / seguidors': 1200x628px
- Fotografia per a un anunci en la columna lateral i Facebook Marketplace: 1200x1200px.
- Fotografia anunci a Facebook Stories: 1080x1920px



1. Xarxes Socials

8. Facebook

PROPOSTES TEMÀTIQUES

- Informa de totes les àrees de l'Ajuntament d'Olot
 - Institucionals, actualitat municipal, propostes, projectes o mesures adoptades.
 - Informació social i de servei com el temps, trànsit, afectacions, incidències, emergències i comunicacions de crisi així com pressupostos, obres i ordenances fiscals.
 - Informació de les diferents àrees de l'Ajuntament d'Olot.
 - Difusió de totes les notes publicades a l'apartat de notícies de l'Ajuntament d'Olot o notícies d'altres espais municipals, institucions comarcals o administracions amb les quals l'Ajuntament d'Olot tingui relació.
 - Imatges il·lustratives de les activitats i tasques que es desenvolupin.
 - Enllaços a referències externes, vídeos de Youtube, Vimeo o altre tipus de material que es consideri d'interès.
 - Atenció i resposta a les interpel·lacions dels ciutadans per aquest mitjà.
 - Compartició de notícies o publicacions de la ciutat que siguin rellevants.
- Imatges d'Olot i del territori.
- Càpsules audiovisuals i informació vinculada amb les propostes culturals, d'oci, gastronòmiques i d'esbarjo que es porten a terme a la ciutat.
- Agenda.
- Vida diària de l'Ajuntament d'Olot.
- Efemèrides

1. Xarxes Socials

8. Facebook

PERIODICITAT	TEMÀTIQUES
Cada setmana	Entre 2 - 7 publicacions de contingut informatiu i/o de fotografies d'espais de la ciutat o projectes que s'hi duen a terme.
Cada 15 dies	Píndoles audiovisuals, campanyes o contingut propi creat així com altres projectes o iniciatives concretes.
	Sabies que?
	Imatges d'abans i ara

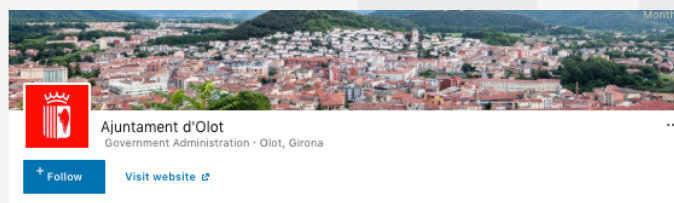
Xarxes Socials

9. LinkedIn

És la xarxa professional més important a escala internacional per empreses i professionals autònoms així com ciutadans que són actius en àmbit professional.

- **Perfil:** Disposar d'imatge de perfil, de logotip, descripció, localització, sectors i especialitats. Que sempre totes les dades aportades i necessàries per tenir un perfil complet estiguin actualitzades.

Perfil oficial de l'Ajuntament d'Olot a LinkedIn:



Home	Overview
About	L'Ajuntament d'Olot és l'administració responsable de la gestió de la capital de la Garrotxa, situada dins de les comarques gironines.
Jobs	Com a institució municipal, ens encarreguem de la gestió dels serveis municipals, benestar social, habitatge, educació, joventut, cultura, esports, medi ambient, mobilitat, promoció econòmica i participació, entre d'altres.
People	L'actual alcalde és Josep Berga i Vayreda (Junts per Catalunya). Quatre forces polítiques tenen representació al consistori: Junts per Catalunya (11 regidors/es), Esquerra Republicana de Catalunya (5 regidors/es), Partit dels Socialistes de Catalunya (3 regidors/es) i Candidatura d'Unitat Popular (2 regidors/es).
Ads	Website http://www.olot.cat
	Phone +34 972 27 91 08
	Industry Government Administration
	Company size 51-200 employees
	Headquarters Olot, Girona
	Type Public Company
	Specialties Institut de Cultura de la Ciutat d'Olot, Teatre Principal d'Olot, Biblioteca Maria Vayreda Olot, El Torin, Arxiu Comarcal de la Garrotxa, Museus d'Olot, Dinàmig, Consorci SIGMA, Escola Municipal de Música d'Olot, Festes del Tura, Institut Municipal d'Educació i Joventut d'Olot, Institut Municipal d'Esports i Lleure d'Olot, Kreas, Oficina Municipal de Turisme d'Olot, Protecció Civil d'Olot, and Policia Municipal d'Olot

Overview

L'Ajuntament d'Olot és l'administració responsable de la gestió de la capital de la Garrotxa, situada dins de les comarques gironines.

Com a institució municipal, ens encarreguem de la gestió dels serveis municipals, benestar social, habitatge, educació, joventut, cultura, esports, medi ambient, mobilitat, promoció econòmica i participació, entre d'altres.

L'actual alcalde és Josep Berga i Vayreda (Junts per Catalunya). Quatre forces polítiques tenen representació al consistori: Junts per Catalunya (11 regidors/es), Esquerra Republicana de Catalunya (5 regidors/es), Partit dels Socialistes de Catalunya (3 regidors/es) i Candidatura d'Unitat Popular (2 regidors/es).

Xarxes Socials

9. LinkedIn

- **Copy:** No hi ha límit en el nombre de caràcters. No obstant això, és aconsellable fer publicacions en format breu, com titulars o petits resums de la informació que es puguin llegir fàcilment i ràpidament.
- **Hashtags:** Les etiquetes també funcionen en aquesta xarxa social com a eines per organitzar i dotar de més visibilitat el contingut creat. D'aquesta manera, s'inclouran al final de tota la publicació, després d'una barra recta: | #revolució
- **Periodicitat:** Publicar periòdicament. Es recomana 1 post per setmana.
- **Programació de les publicacions:** Avui dia, no es disposa d'eina que pugui programar les publicacions per a un horari determinat així que es fan de forma manual.
- **Enllaços:** Incorporar sempre imatges, vídeos o *links* a les publicacions. En el cas dels enllaços, un cop incorporat, retirar sempre la URL de l'enllaç del cos del text de la publicació un cop s'hagi desplegat la previsualització d'aquest *link* per no publicar el post amb la URL escrita. Al mateix temps, editar tant el títol de l'enllaç així com variar la imatge de visualització de l'enllaç.
- **Sinergies:** Es poden realitzar publicacions orgàniques per tots els usuaris de LinkedIn o fer publicacions segmentades, en cas que sigui necessari. Al mateix temps, es poden crear grups de discussió.
- **Interacció i seguidors:** És important mencionar **@nomusuari** i buscar el contacte correcte, com en qualsevol altra xarxa social. La participació en grups que puguin ser interessants i la creació de grups per liderar determinades temàtiques o conversacions són altres opcions possibles per guanyar més presència i visibilitat en aquesta xarxa.
- **Analítica:** LinkedIn disposa d'un apartat d'analítica que és aconsellable revisar periòdicament per optimitzar la gestió d'aquesta xarxa social.
- **Dimensions per publicacions orgàniques:**
 - Fotografia de perfil: 400x400px
 - Imatge de portada capçalera per a empreses o institucions: 1536x768px
 - Imatge logotip: 300x300px
 - Imatge de post: 1200x628px / 520x320px

Diferències amb els comptes professionals / personals

Pel que fa a l'equip de govern del consistori, els regidors i tècnics de l'Ajuntament d'Olot, han de disposar del perfil complet al màxim: trajectòria laboral, educació, idiomes, presentacions, cursos de formació, aptituds i coneixements i, sobretot, estar vinculat al compte oficial de l'Ajuntament d'Olot a LinkedIn. Al mateix temps, difondre, compartir o valorar el contingut que es publica a través del compte de l'Ajuntament d'Olot. Unes recomanacions que també s'han de fer extensives a la resta de càrrecs i tècnics de l'Ajuntament d'Olot.

PROPOSTES TEMÀTIQUES

- Ofertes laborals del Servei Municipal d'Ocupació, DinàmiG i d'Ocupació Garrotxa.
- Difusió d'ofertes i oportunitats laborals de l'Ajuntament d'Olot.
- Promoció de l'espai entre els professionals de l'Ajuntament d'Olot i institucions vinculades amb l'objectiu que hi vinculin el seu perfil personal de LinkedIn.
- Formació i cursos.
- Campanyes vinculades amb àmbits laborals.
- Informació institucional de l'Ajuntament d'Olot que estigui vinculada amb l'àmbit de Formació, Economia, Territori o Promoció.
- Cursos de formació, laborals, millora o promoció d'entitats, fundacions o institucions que treballen i que tenen vinculació amb el consistori.

Xarxes Socials

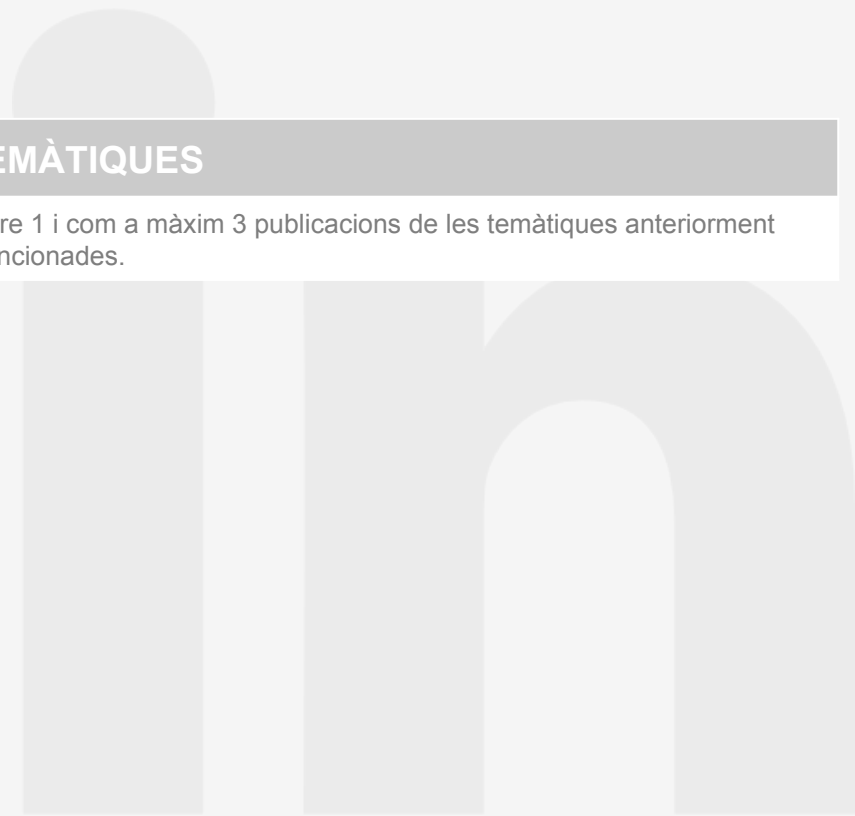
9. LinkedIn

PERIODICITAT

Cada setmana

TEMÀTIQUES

Entre 1 i com a màxim 3 publicacions de les temàtiques anteriorment mencionades.



1. Xarxes Socials

10. Vimeo

Tota la producció en format vídeo produïda en el marc de l'activitat de l'Ajuntament d'Olot, ja sigui a nivell general, d'una àrea o de qualsevol dels seus Departaments, se centralitzarà en un únic canal corporatiu de Vimeo, el de l'Ajuntament d'Olot.

El Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot serà l'encarregat de penjar el contingut. Si un altre departament, entitat o institució vinculada amb l'Ajuntament d'Olot vol compartir-ho, ho pot fer citant la font.

En el cas que vulgui penjar un contingut, es farà arribar al Departament de Comunicació d'Olot que valorarà la seva idoneïtat, si compleix amb els nivells mínims de qualitat tècnica i s'encarregarà de penjar-lo i crear l'entrada.

- **Perfil:** Disposar d'una descripció engrescadora, web vinculada, comptes d'altres xarxes socials vinculades i informació actualitzada així com l'avatar amb el logotip de l'Ajuntament d'Olot i l'estructura i perfils i mostra de vídeos determinada per part del Departament de Comunicació en aquesta eina.

Perfil oficial de l'Ajuntament d'Olot a Vimeo:

Ajuntament d'Olot PLUS
Olot, Girona, España | 316 videos | 15 seguidores | 1 Likes
Canal oficial de l'Ajuntament d'Olot [Leer más](#)

Ajuntament d'Olot ple 04.11.2019
de Ajuntament d'Olot

Ajuntament d'Olot PLUS
Se unió hace 8 años | Olot, Girona, España

Benvinguts i benvingudes al canal oficial de l'Ajuntament d'Olot. Aquí podreu trobar l'actualitat de la ciutat, en format audiovisual.

Per qualsevol petició o informació ens podeu contactar a través dels nostres comptes a xarxes socials o també podeu fer-ho mitjançant la web del consistori.

Pressupostos participatius 2019 - propostes

Pressupostos participatius 2019

1. Xarxes Socials

10. Vimeo

El canal de Vimeo de l'Ajuntament d'Olot funciona com una biblioteca o repositori de vídeos per veure l'activitat que s'ha portat a terme per part de l'Ajuntament d'Olot. Sempre hi haurà un vídeo destacat.

El canal s'anirà actualitzant, editant els vídeos principals així com el vídeo destacat.

Recomanació de vídeos

Curts, majoritàriament de menys de dos minuts.

Els vídeos han de ser visuals i atractius, que permetin potenciar el reconeixement i visibilitat de l'Ajuntament d'Olot.

Pel que fa a periodicitat, es recomana penjar entre 1 i 2 vídeos al mes. Tots els vídeos que

PROPOSTES TEMÀTIQUES

- Resums d'esdeveniments i actes institucionals o bé d'altres que sense ser-ho es consideren d'interès general per a la ciutadania.
- Videopresentacions musicades de fotografies d'esdeveniments i actes institucionals o d'interès general.
- Càpsules promocionals de la vila per temàtiques com: Cultura – Sostenibilitat – Turisme – etc.
- Campanyes concretes sobre projectes, iniciatives o elements que es portin a terme a Olot d'interès general.
- Plens Municipals de l'Ajuntament d'Olot.
- Plens dels Consells d'Infants d'Olot.
- Càpsules del dia a dia d'Olot amb entrevistes a ciutadans.
- Càpsules per difondre conceptes del projecte 100%Olot.
- Resum de fires i festes de la vila a través del contingut que s'hagin pogut generar a través d'entitats, institucions, fires, festes o altres i que facin arribar i comparteixin amb l'ajuntament.

Continguts

Annexos

1. Comunicació de crisi
2. Protecció de dades de caràcter personal i drets d'imatge
3. Política de participació en les xarxes socials

Annexos

1. Comunicació de crisi

Una crisi de comunicació en línia és aquella on es qüestiona negativament, a internet, l'actuació de la institució o d'algun dels seus membres. Es tracta de situacions que no es poden preveure o controlar i sobre les que s'ha d'estar preparat.

Enfront d'una situació de crisi cal seguir les següents actuacions:

- Localitzar la causa del conflicte per poder resoldre-la.
- Que el responsable de les xarxes socials sigui capaç de donar una resposta adequada.
- Que els canals d'informació i gestió estiguin disponibles.
- Generar un flux d'informació constant per crear confiança i mostrar que s'està abordant la situació.
- Si la crisi es genera per un error comès, cal demanar disculpes.
- Intentar trobar solucions per als afectats en tot moment.
- Controlar totes les etiquetes que poden estar parlant del tema en qüestió, utilitzant les eines de motorització. Respondre i atendre tots els comentaris.

És clau acompanyar la crisi en l'àmbit digital a les xarxes socials amb la vessant comunicativa offline.

- Cal preveure les situacions que tindran una resposta negativa per fer una estratègia prèvia de com comunicar-ho.
- No alimentar a perfils nocius que no segueixen les normes d'ús marcades per l'Ajuntament d'Olot.

Annexos

2. Protecció de dades de caràcter personal i drets d'imatge

Dades de caràcter personal

L'Ajuntament d'Olot garanteix la confidencialitat de les dades personals, tal com s'estableix per la normativa de protecció de dades de caràcter personal, per la qual cosa s'implementen les mesures de seguretat necessàries segons els tipus de dades personals. Si es requereixen dades seran les estrictament necessàries per a la finalitat per a la qual es recullin i seran sotmeses a un tractament automatitzat i d'acord amb els preceptes legals. En el cas que des d'un perfil o espai municipal a les xarxes es demanin dades personals relacionades amb la gestió directa d'algun assumpte relacionat amb l'activitat realitzada, la cessió d'aquestes dades sempre haurà de considerar-se voluntària.

Quan aquesta recollida de dades es faci efectiva, s'aplicaran els procediments definits per l'Ajuntament i sempre actuant conforme a la legislació vigent en matèria de protecció de dades. Tanmateix, l'Ajuntament mai publicarà dades de caràcter personal (imatge, nom i cognoms, aficions, etc.) o qualsevol altra informació personal sense l'autorització prèvia i per escrit segons els procediments propis de l'Ajuntament.

Annexos

2. Protecció de dades de caràcter personal i drets d'imatge

Drets d'imatge

L'Ajuntament, en compliment de l'article 18.1 de la Constitució espanyola, garanteix el dret a la intimitat personal i familiar i a la pròpia imatge, per aquest motiu ha de demanar la corresponent autorització a les persones a decidir sobre les publicacions i reproduccions de la seva imatge.

Annexos

3. Política de participació en les xarxes socials

L'Ajuntament d'Olot realitza una clara aposta per les xarxes socials amb l'objectiu de fomentar la transparència, la participació, la innovació, la qualitat, la interacció i, en definitiva, els valors vinculats al bon govern d'aquesta institució municipal amb la voluntat d'informar, difondre i donar a conèixer tota aquella informació, recomanacions, activitats i esdeveniments que poden ser d'interès per a la ciutadania. Des de l'Ajuntament d'Olot obrim aquestes finestres al ciutadà i ho fem seguint les premisses següents:

- Informar de tota l'actualitat que succeeix a la ciutat.
- Informar de tota l'actualitat que succeeix a la comarca de La Garrotxa i que té un impacte o vinculació amb la ciutat d'Olot.
- Respondre preguntes o qüestions objectives sobre un tema en concret.
- No respondre qüestions o debats polítics.
- Ajudar a tots els ciutadans i ciutadanes en qüestions relacionades amb l'Ajuntament d'Olot o la ciutat i que siguin de competència municipal.
- L'Ajuntament d'Olot disposa de diversos canals oficials per a diferents tràmits, gestions i àrees.

Actualment l'Ajuntament d'Olot té una presència activa a Twitter, Facebook, Instagram, LinkedIn i Vimeo, ja que el Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot considera que són els canals més efectius per comunicar-se amb la ciutadania i amb altres administracions, entitats i empreses a través de les xarxes socials. Al directori de xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot s'especifiquen els canals en què són actius l'Ajuntament d'Olot i els seus organismes autònoms, ens dependents i/o projectes o entitats vinculades a la Corporació.

El Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot gestiona directament tots els comptes creats a les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot. Genera continguts relacionats amb els àmbits d'actuació de l'administració així com d'interès general per a tots els veïns i veïnes d'Olot així com per a tots els ciutadans i ciutadanes, en general.

Annexos

3. Política de participació en les xarxes socials

Per a la bona comunicació, a continuació us detallem les normes mínimes de participació basades en la corresponsabilitat, el servei públic i la transparència. L'objectiu és garantir que les expressions que es mostren i són recollides als canals i comptes de l'Ajuntament d'Olot a les diverses xarxes socials siguin sempre respectuoses i tolerants.

Totes les xarxes i informacions publicades estan obertes a la participació. Únicament es demana respectar el següent:

- Que siguin pertinents; és a dir, relacionats amb els àmbits d'actuació de l'Ajuntament d'Olot.
- Que mantinguin el respecte i que no ofenguin ni atemptin contra l'honor, la intimitat, la imatge personal i la dignitat de les persones. En aquest sentit, no han de perjudicar el desenvolupament físic, mental o moral dels menors, que no fomentin l'odi, el menyspreu o la discriminació per motius de naixement, raça, sexe, ideologia, filiació política, orientació sexual, religió, nacionalitat, opinió o qualsevol altra circumstància.
- Que no utilitzin o promoguin un llenguatge agressiu, discriminatori o paraules malsonants.
- Que respectin les lleis de drets d'autoria i propietat intel·lectual.
- Que no continguin dades de caràcter personal d'accés restringit.
- Que no s'utilitzin per fer publicitat d'empreses o propaganda. L'Ajuntament d'Olot es reserva el dret a a bloquejar els usuaris que insisteixin en aquesta pràctica.

Els comentaris d'usuaris són lliures, personals i no atribuïbles a l'Ajuntament d'Olot. L'equip del Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot no respondrà les aportacions que no segueixin aquestes normes anteriorment mencionades i es reserva el dret d'esborrar comentaris o bloquejar qualsevol usuari que no contempli aquestes indicacions mínimes o insisteixi en determinades pràctiques en contra de les normatives.

L'equip del Departament de Comunicació de l'Ajuntament d'Olot no es fa responsable de l'incompliment de les normes per part dels usuaris ni de les conseqüències d'aquest incompliment.

Annexos

3. Política de participació en les xarxes socials

A més, cal tenir present que les xarxes socials tenen les seves pròpies normes:

Twitter té les seves pròpies normes de participació i que cal respectar. Podeu consultar-les seguint aquest enllaç. <https://support.twitter.com/articles/18311-the-twitter-rules#>

Facebook té les seves pròpies normes de participació i que també cal respectar. Podeu consultar-les seguint aquest enllaç. <http://www.facebook.com/terms.php?locale=ES>

Instagram té les seves pròpies normes de participació i que també cal respectar. Podeu consultar-les seguint aquest enllaç. <https://help.instagram.com/581066165581870>

LinkedIn té les seves pròpies normes de participació i que cal respectar. Podeu consultar-les seguint aquest enllaç. <https://www.linkedin.com/legal/user-agreement#obligations>

Vimeo té les seves pròpies normes de participació i que també cal respectar. Podeu consultar-les seguint aquest enllaç. <https://vimeo.com/terms>

La voluntat de l'Ajuntament d'Olot és fer dels seus comptes a les xarxes socials uns espais cívics de comunicació directa i precisa que permetin informar les persones usuàries de la manera més eficient possible. Malgrat tot, la informació disponible es pot veure afectada per modificacions i/o actualitzacions; per aquest motiu, cal tenir present que les respostes que es donen són vàlides en el context temporal en què es responen. L'Ajuntament d'Olot no es fa responsable de l'exactitud i actualització de la informació que provingui d'altres persones físiques o jurídiques que hi hagi als seus espais socials o als que es remeti ni de l'ús per tercers de la informació continguda.

Les xarxes socials de l'Ajuntament d'Olot no substitueixen els canals ordinaris a través dels quals la ciutadania pot exercir el seu dret d'accés a la informació pública. L'Ajuntament d'Olot només es fa responsable dels continguts emesos a través dels seus perfils oficials a les xarxes socials.



Ajuntament d'Olot