

Universidad Católica Luis Amigó

Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Manual Corporativo:

Uso Adecuado del WhatsApp

para Comunicación Interna y Externa

INTRODUCCIÓN:

El WhatsApp se ha convertido en una herramienta fundamental para la comunicación interna y externa con nuestros públicos de interés. Este manual proporciona pautas claras y prácticas para el uso adecuado de este canal en la comunicación institucional.

1. DIRECTRICES GENERALES

- Debe ser utilizado como un complemento a otras formas de comunicación institucional, no como el único medio.
- Es importante mantener un tono profesional y respetuoso en todas las interacciones.
- Todos los mensajes enviados deben estar alineados con la misión, visión y valores institucionales.
- La imagen que representa al grupo debe tener como identidad el logo de la Universidad.
- El nombre del grupo debe estar relacionado con la sede o la unidad que lo envía.
- Si el grupo tiene ya una imagen creada, igual debe incluir el logo de la Universidad para darle identidad y oficialidad al canal.



2. EL MENSAJE

- Los mensajes deben ser claros, concisos y relevantes para el público al que se dirige.
- Evita el uso de lenguaje informal o coloquial.
- Utiliza un lenguaje inclusivo y respetuoso en todos los mensajes, evitando cualquier forma de discriminación.
- Es indispensable la buena redacción (estilo y ortografía).
- Si va a mandar mensajes de voz, asegurar que tenga buen audio, buena dicción, sin distracciones o sonidos de ambiente y que sea corto.
- Evita intimar o enviar mensajes personalizados.
- Envíe mensajes solo concernientes a la unidad o proyecto que lidera. No envíe cadenas de mensajes, mensajes solidarios y tampoco replique mensajes de terceros (así sean de su grupo de trabajo o de la Universidad).

3. LOS GRUPOS

- Lo ideal y más recomendado es crear un **grupo de distribución**, esto permite el control y evita la saturación de mensajes compartidos o la interacción entre sus miembros.
- Segmenta los grupos de distribución de acuerdo con los diferentes públicos de interés.
- Evita crear grupos abiertos que permitan la interacción, esto diluye la comunicación y satura el canal. Si lo ve necesario, es importante establecer reglas claras para el uso, incluyendo los temas permitidos para discusión, horarios de envío y lenguaje.



4. PRIVACIDAD Y SEGURIDAD

- Respetar la privacidad de los usuarios y asegurarse de obtener el consentimiento de autorización de datos personales en los términos de la Ley 1581 de 2012 y sus decretos reglamentarios (debe asegurarse de que el usuario está interesado en pertenecer al grupo de distribución).
- Las bases de datos que se generen en el tratamiento de datos personales deben ser reportadas al **Guardián de Datos** de cada Unidad para reportarse anualmente ante la SIC.
- No comparta información confidencial o sensible a través del canal.
- Eduque a los usuarios sobre las mejores prácticas de seguridad en línea y la importancia de proteger su información personal.

5. HORARIOS Y CANTIDAD DE ENVÍOS

- Limite el envío de mensajes fuera del horario laboral o académico, a menos que sea necesario por motivos de urgencia.
- Evite el envío excesivo de mensajes para no abrumar a los receptores y mantener la efectividad de la comunicación. Ideal hacer una parrilla de programación.
- Establezca horarios específicos para el envío de mensajes institucionales y respetar los períodos de descanso y vacaciones.

6. FUNCIONES ESPECIALES

- Utiliza funciones como listas de difusión para enviar mensajes a grupos específicos de manera personalizada sin revelar la identidad de los destinatarios entre sí.
- Aprovecha las etiquetas para organizar contactos según su categoría, ello facilitar la gestión de la comunicación.
- Explora otras funciones como los estados de WhatsApp para compartir información relevante de manera creativa y visual.

7. FUNCIONES ADECUADAS PARA UNA CUENTA BUSINESS

Perfil

- **Nombre:** debe ser el nombre oficial de la unidad de servicio.
- **Descripción:** incluir una breve descripción de los producto y servicios que va a encontrar a través de la línea.
- **Dirección física:** incluir dirección y mapa en rastreadores virtuales,
- **Correo electrónico:** incluir el correo donde puede obtener otro tipo de información.
- **Página web:** ubicar la URL del sitio web o micrositio

Mensajes de atención

- **Mensaje de bienvenida:** ubicar un mensaje automático que se envía a los clientes cuando contactan por primera vez.
- **Horario de atención:** dejar claro los horarios de atención empresarial a través de la línea.



- **Mensaje de ausencia:** disponer de un mensaje automático que se envía fuera del horario de atención.
- **Respuestas rápidas:** mensajes predefinidos para responder rápidamente a preguntas frecuentes.
- **Menú de ayuda:** disponer de menús diversificados antes de ser atendido de manera personal.

Promoción

- **Catálogo de productos/servicios:** definir claramente el listado de productos o servicios con imágenes, descripciones y precios.
- **Enlaces directos:** ubicar enlaces personalizados que permiten a los clientes conocer o ampliar la información inicial.

8. ATENCIÓN Y RESPUESTA

- Responde a los mensajes de manera oportuna y profesional, demostrando atención a las necesidades y preocupaciones de los usuarios.
- Establece protocolos claros para la atención de consultas y solicitudes a través de la línea, asignando responsabilidades específicas a los miembros del equipo que dan respuesta.
- Utiliza herramientas de automatización o respuestas predefinidas para agilizar la atención al cliente y mejorar la experiencia del usuario.

9. CONDICIONES PARA LA ADMINISTRACIÓN

- Al crear una canal de WhatsApp se debe asignar un responsable para la administración, control, envío de información y gestión en general. El encargado debe conocer las diferentes disposiciones para el manejo de la herramienta. En el momento que la persona responsable culmine sus actividades con la Universidad debe hacer entrega de la cuenta al jefe inmediato para que asigne el delegado que retomará las actividades.

Manual creado por la Oficina de Comunicaciones y Relaciones Públicas

Copyright © todos los derechos reservados

2024