



Uso de las redes sociales para la promoción

Por Kristy Lukaszewski, Directora de políticas y comunicaciones

Lo que alguna vez fue una plataforma para conectarse con amigos, las redes sociales se han convertido en un vehículo para el cambio de políticas. Después de una de la nueva administración. elección presidencial polémica, la gente está buscando nuevas formas de interactuar con los legisladores para asegurarse de que sus voces sean escuchadas. La Marcha de las Mujeres en Washington se basó en un llamado a la acción en Facebook. La creación de una página de eventos de Facebook en Hawái se convirtió en una marcha de 500.000 personas en Washington, D.C. v varias marchas internacionales para que los defensores

Instagram

expresen sus preocupaciones sobre las propuestas de políticas informa Facebook aue usuarios pasan un promedio de 50 minutos en sus sitios al día y las organizaciones de defensa de los pacientes pueden usar esto en su beneficio.

Ciudadanos del paciente de diálisis (DPC) está utilizando las redes sociales para movilizar a las personas para que tomen medidas en nombre de los pacientes de diálisis en todo el país. Después de la publicación de un fallo discriminatorio por parte de los Centros de Servicios de Medicare y Medicaid (CMS), DPC lanzó una petición en línea a la administración entrante alentándolos a revocar esta regla. Al utilizar la orientación de la audiencia de Facebook, llegamos a más de 38.000 personas interesadas en la enfermedad renal y las informamos sobre esta regla discriminatoria. Más de 24.000 de estos pacientes, profesionales de la salud y familiares firmaron la petición.



No sólo pudimos cultivar firmas en la petición, sino que aumentamos nuestra audiencia total de Facebook en un 142%. Entonces, ¿cómo ha afectado esto a nuestros esfuerzos de promoción? Desde el 1 de enero, los defensores de los pacientes han enviado 968 correos electrónicos a los legisladores en lugar de 243 mensajes durante el mismo período en 2016. También es importante tener en cuenta que esos 968 correos electrónicos fueron sólo para una campaña. Después de adquirir más de 5,000 nuevos me gusta en Facebook, comenzamos a convertir a estas personas en miembros activos. A través de una serie de publicaciones cuidadosamente elaboradas para "facilitar" a las personas en lo que hace nuestra organización, pudimos convertir a 318 de esas personas en defensores activos simplemente enviando

EMAIL

Al programar y promover publicaciones diarias sobre nuestra organización, llamados a la acción actuales y noticias en la comunidad renal, estamos llegando a alrededor de 45,000 personas por semana. Mantener una presencia activa en las redes sociales conducirá a una mayor acción cuando surjan problemas que necesiten una acción inmediata.

especiales!

un mensaje al Congreso para presentarse. ¡Imagínese cuál será la participación cuando necesitemos lanzar una campaña basada en temas

Si bien Facebook continúa explorando su papel en la política y el intercambio de información, ya es una gran herramienta para movilizar a las personas para que se conviertan en defensores activos de políticas. ¿Ya te ha gustado en Facebook? ¡Visite facebook.com/patientcitizens para obtener noticias y actualizaciones diarias!