

¿Cómo se comunica el Metro de Medellín con su público joven en redes sociales?

Julio de 2020



















Redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Linkedin) con una audiencia que supera los 1,2 millones de seguidores.



Páginas web Metro y Cívica.



App Metro y Cívica.

Personalidad de nuestra marca



¿Cómo somos y cómo queremos que nos vean?





Versátil Z



Cercana 💙



Cultura Metro







Modo de relacionamiento positivo con nosotros mismos, con los demás y con el entorno.





Es el resultado de la labor que se despliega desde todas las áreas de la Empresa en su relación con todos los grupos de interés y el público joven no es la excepción.

Nuestras perspectivas



Relacionamiento con usuarios

Buscamos atraer potenciales nuevos usuarios

Aportar a su fidelización

Contribuir a la formación de los usuarios actuales y los potenciales (Cultura Metro)

Brindarles información

Reducir la brecha entidad pública - usuario

Construcción de comunidad

Queremos generar entretenimiento y sonrisas Consolidar una comunidad de fans/aliados

Tejer lazos emocionales marca-usuarios

Operación del Sistema Metro

Aportar a la toma de decisiones inteligentes de movilidad

Apoyar y facilitar el desarrollo de temas operativos







¿Cómo comunicamos?



Propósito:

Le hablamos al público, en el lenguaje del público y sobre lo que al público le interesa.

Tono:

Usamos un tono cercano, humano y oportuno.

Línea de comunicación:

Nuestra línea, como ya lo dijimos, tiene como base la Cultura Metro. Por eso las acciones de comunicación en canales digitales promueven la convivencia en armonía, fomentando el buen comportamiento y la solidaridad y viviendo el respeto propio y por el otro.



Nuestros principios







Lo anterior guía el despliegue creativo de parte de los integrantes del equipo, respetando líneas (o límites) que salvaguarden la marca Metro, la imagen de la empresa y la coherencia entre nuestras acciones y la Cultura Metro. Todo lo hacemos comunicando desde las emociones.





7/07/2021



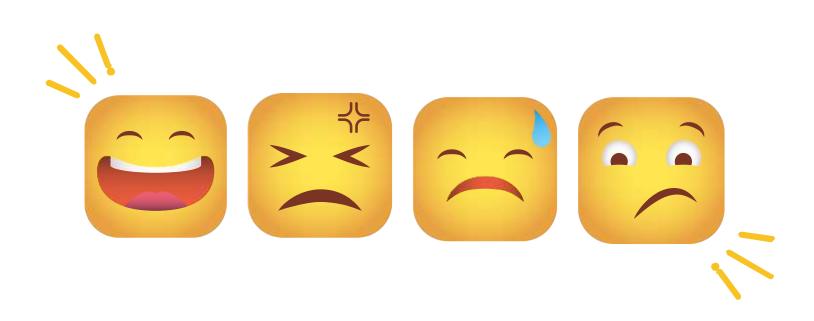
Comunicar desde las emociones







Las emociones son subjetivas y cada espectador las puede ver a su manera, y a veces, de hecho, en un mismo contenido se vierten distintas emociones.





La alegría

La emoción de la sonrisa y del bienestar

- Suele ir acompañada de una gran carga de energía que nos da unas ganas enormes de ponernos a hacer cosas.
- Es contagiosa.
- Unas gafas con las que todo parece mejor.
- Es la más deseada.

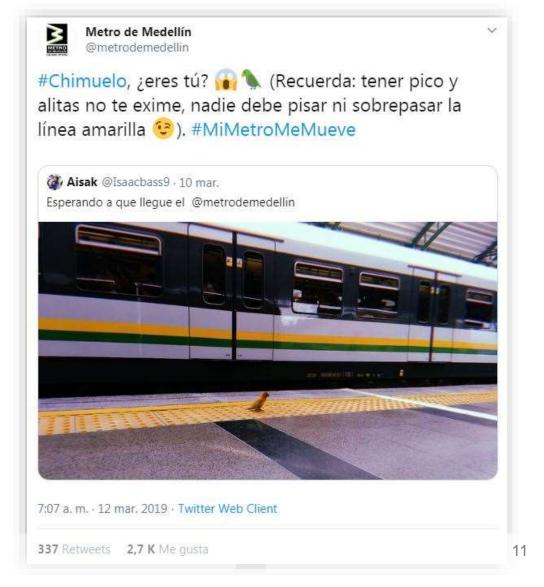




 Aquí apelamos a la sorpresa para generar sonrisas con un regalo significativo como lo es un libro y a un tema de tendencia con el que hicimos pedagogía.







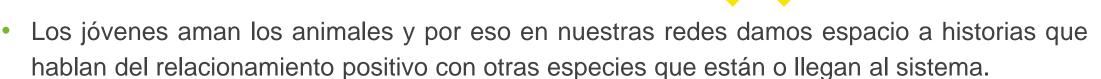




• En este caso, de nuevo nos conectamos con un tema de tendencia entre los jóvenes para explicarles de forma creativa por qué no era posible una extensión de horario de servicio.









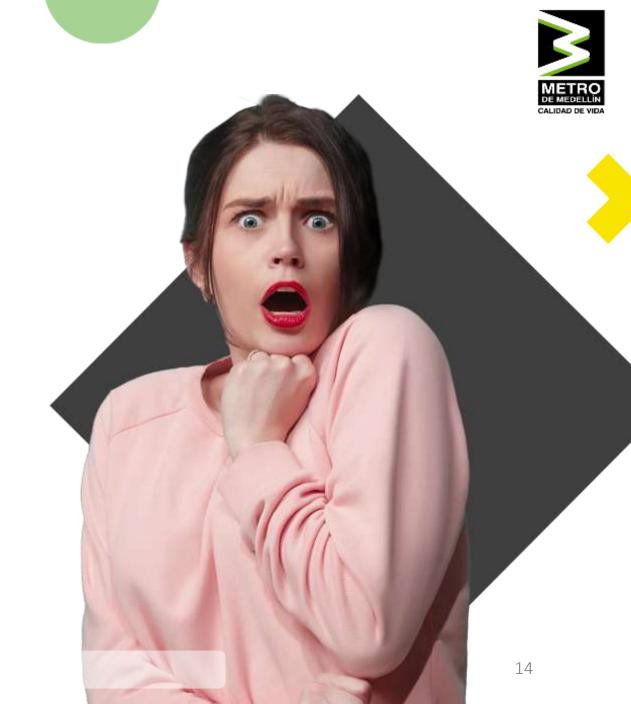




El miedo

La emoción del peligro y la amenaza

- Cuando la experimentamos, la activación que se produce en nuestro cuerpo es intensa.
- Es la que más presión interna produce y la que orgánicamente podemos aguantar menos tiempo.
- No surge ante un peligro real, sino ante "algo" que la persona percibe como tal.









 ¿Qué buscamos aquí? Llamar la atención de los jóvenes, no para atemorizarlos, sino para hacer pedagogía y generar conciencia.









 Aprovechamos nuestro sistema y contexto para asociarlo con temas populares entre los jóvenes como las series o películas de terror y así posicionar nuestra marca.





La tristeza

La emoción de la pena, de la pérdida y del daño

- Habitualmente, tiene muchos más pensamientos asociados que las anteriores.
- Se alimenta del propio desánimo que genera y la cuesta arriba que vuelve el hecho de hacer actividades que nos gusten.
- Es la emoción inspiradora. Genera un estado en el que muchas personas son mucho más creativas.





Ejemplo de lo anterior es este mensaje, en el que una joven diagnosticada con depresión severa nos contó cómo nuestras redes se volvieron una terapia para ella.

Hola CM, aunque es cierto que me encantaría poder conocerte porque es justo ver la cara de la persona que te alegra los días y te despide con tanto cariño en las noches. Sufro depresión severa y aunque ustedes no sean una página de apoyo a ése tipo de enfermedades, pa mi si lo son. Las fotos, mi ciudad que tanto amo, los comentarios tan graciosos y las respuestas que dan a los demás, me hacen reír mucho, hasta ena más tesa de las crisis... Recuerdo que recién salía de una crisis muy difícil el día del comentario de los Avengers y estuvo muy cerca del comentario del aBerica, quizás no lo creas en una crisis vos te escondés, te encerrás, no comés, no te bañás, la vida te pesa y el mundo queda grande. Ésos dos comentarios, me sacaron de la cama. Quería que todo el mundo se cagara de la risa como yo... No sólo transportan personas (casi no uso el tren, me da pánico los espacios con mucha gente), también transportan alegrías, risas y esperanzas. Me siento muy orgullosa de ser antioqueña y me siento muy orgullosa de mi Cultura Metro. No sé qué seas, igual te mando un abrazo gigante, gigante... Y me encanta cuando reaccionas a mis comentarios, porque sé que los has leído





21 JUN 2019 15:39

Hola nos encanta leerte y saber que podemos aportarte alegría. Gracias por querer y vivir la Cultura Metro. Te llevamos en el corazón.



La sorpresa

Es la emoción neutra y breve

• Suele actuar como precursora de otras emociones: miedo, alegría, tristeza, etc.

• Inesperada, la sorpresa es la emoción del sobresalto.

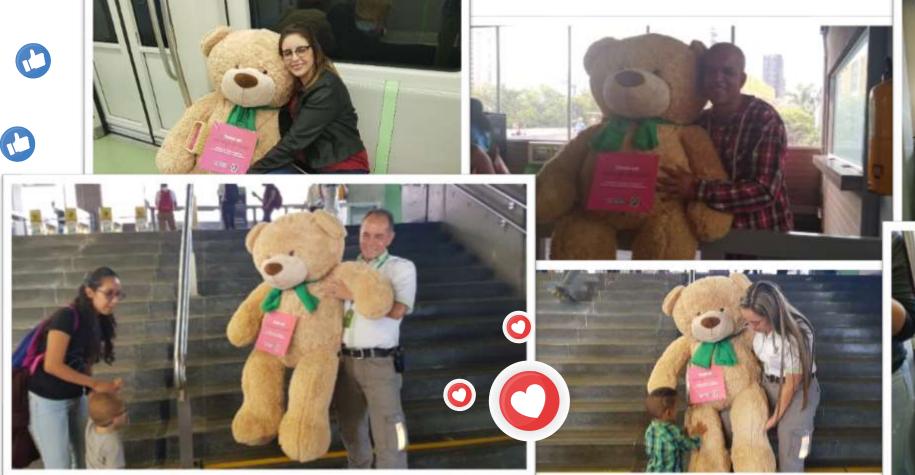
 Aparece cuando sucede algo que no esperamos. Este "algo", al igual que el miedo, puede estar presente en la realidad o simplemente en el hilo de pensamientos de nuestra mente.







• En el Día del Amor y la Amistad sorprendimos a nuestros usuarios con un emotivo detalle: un oso que les regaló abrazos y mensajes de amor.





Publicaciones







Seguimos con el oso entregando #AmorYAmistad en el #SistemaMetro. En el video aparecen, en la #EstaciónNiquía, Anny Sánchez, auxiliar operadora de estación, y un niño usuario de #NuestroMetro.

Envíanos tus fotos con el oso o mensajes con el HT #AmorEsCulturaMetro.









METRO DE MEDELLIN CALIDAD DE VIDA

Publicaciones





Metro de Medellín

©metrodemedellin

El Metrocable Miraflores - Trece de Noviembre (línea

M) fue la línea en la que terminamos hoy el recorrido con el oso de #AmorYAmistad . Usuarios y #PersonalMetro lo recibieron con mucho cariño. #AmorEsCulturaMetro. #LoQueTúHacesNosMueve

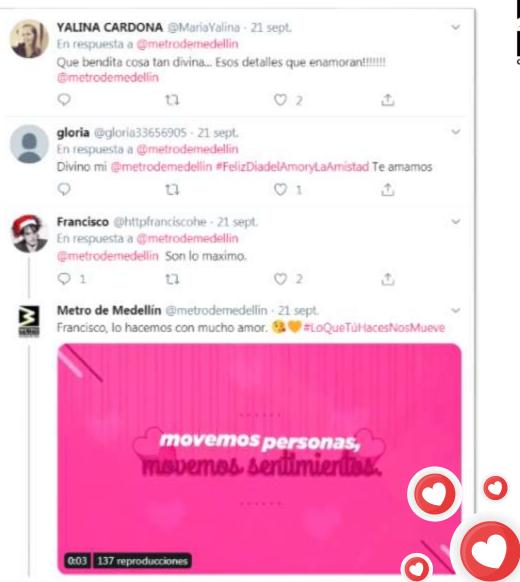


7:48 p. m. - 21 sept. 2019 - Twitter for Android



reacciones de los viajeros







reacciones de los viajeros







La ira Enfado

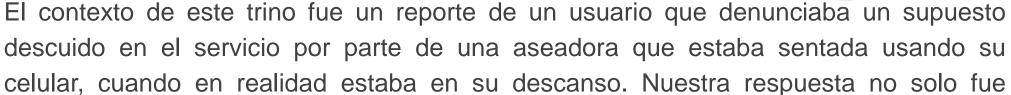
- Genera fuerza.
- Da paso a la frustración.
- Se caracteriza por su capacidad de destrucción-protección.
- Su función es protectora y promueve la adaptación, el cambio.











aclaratoria sino también empática con ella y con otros usuarios, quienes la valoraron. El

hecho llevó a que el usuario eliminara su crítica.





El asco

La más desagradable de las seis

- Tiene un gran poder para condicionar nuestro comportamiento.
- La función del asco es protectora
- Es una emoción que dice: "Cuidado, no te acerques" o "Cuidado, no te vuelvas a acercar".
- Promueve cambios inmediatos.



 Creatividad para responder a reportes curiosos, siempre haciendo pedagogía sobre el buen uso de los elementos de seguridad.









Gracias













