

Plan estratégico de

Comunicaciones SPE

Qué tendremos en cuenta?

1. Objetivos
2. Conceptualización
3. Buyer persona (Actores)
4. Contenidos SPE + Cronograma (Parrilla)
5. Redes activas
6. Organización equipo (Opcional)





Servicio Público
de Empleo

Plan estratégico de comunicaciones SPE

Objetivos

*Objetivo General

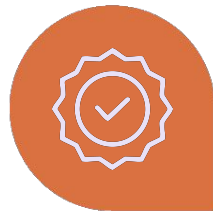
*Objetivos Específicos + Reto

1.

* Objetivo General

Posicionar al SPE como un aliado clave para las personas, empresas, prestadores y academia, destacando su rol en la generación de empleo formal, digno y decente en Colombia.





* Objetivos específicos

#1 Conectar con cada actor de forma real con un mensaje claro permitiendo el crecimiento de la comunidad y difundiendo lo que es el SPE para la ciudadanía.

#2 Generar contenido que proponga una identidad y un mensaje claro diferenciando a el SPE de otras entidades, generando impacto y a su vez permitiendo estar a la vanguardia con las tendencias digitales.

#3 Crear colaboraciones con creadores de contenido, empresas, campañas o movimientos para ampliar el reconocimiento del SPE y fomentar la participación de la población a empleos formales

#4 Educar a la comunidad como un pilar primordial para dar a conocer el SPE como una herramienta gratuita, útil y con gran poder no solo para el crecimiento laboral en unidad sino como todo un país.

Reto: Empezar a generar credibilidad y reconocimiento del SPE como herramienta para buscar empleo más no como un generador directo de empleo, evitando la comunicación errada o confusa para los actores.





Servicio Público
de Empleo

Plan estratégico de comunicaciones SPE

Conceptualización

*Manifiesto (Marca sombrilla)

*Tono comunicación

*Perfil del SPE

*Manual de Marca

2.

* ¿Cómo percibes el SPE?

* ¿Qué es para ti el empleo?

* ¿Es una dificultad en Colombia conseguir un empleo soñado?

HAGÁMONOS ESTAS PREGUNTAS

* ¿Tienes imaginarios - o + por el contexto de empleo?



Definición del SPE

SIGNIFICADO
INTERNAMENTE

El Servicio Público de Empleo (SPE) es una entidad adscrita al Ministerio del Trabajo, encargada de facilitar la conexión entre quienes buscan empleo y los empleadores que ofrecen vacantes. Su objetivo principal es mejorar la eficiencia y transparencia del mercado laboral colombiano, promoviendo empleos formales y sostenibles.



* Manifiesto

En el Servicio Público de Empleo (SPE) entendemos que detrás de cada empleo hay un sueño, una familia y un futuro. Creemos firmemente que cada colombiano y colombiana tiene el derecho de acceder a oportunidades laborales formales, dignas y decentes. Nuestra misión colectiva es conectar ese talento con el empleo que transforma vidas.

"SU TALENTO, NUESTRA MISIÓN: MÁS EMPLEO, MÁS FUTURO" refleja nuestro compromiso conjunto de ser un aliado clave que facilita la inserción laboral y la generación de empleo en todo el país. Trabajamos con y para todos ustedes —la Red de Prestadores, la academia, los buscadores de empleo, los empleadores, el gobierno y las autoridades locales, las organizaciones de la sociedad civil y ONGs, los cooperantes internacionales y nuestro propio equipo interno— para ofrecer un servicio confiable, accesible y cercano.

Nos une el propósito de impulsar a cada persona hacia su mejor versión profesional, de fortalecer a las empresas con el talento humano idóneo que necesitan, y de promover un ecosistema laboral sólido, inclusivo y sostenible.

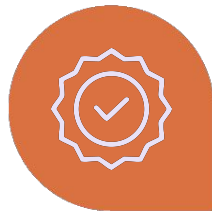
Cada acción, cada estrategia, cada conexión que promovemos está pensada para asegurar un futuro con más empleos formales, mayor estabilidad y nuevas oportunidades de crecimiento para todos los actores que hacen parte de esta red.

Porque creemos que el empleo no solo cambia vidas, sino que transforma territorios y construye un país más próspero. Juntos y juntas, hacemos del SPE un motor de oportunidades que conecta talento con futuro.

En el SPE, su talento es nuestra misión.

"Tu talento, nuestra misión: más empleo, más futuro."

Marca Sombrilla



Porque **Sí** Funciona este concepto

- * **#1 Conecta con la audiencia emocionalmente:** Al resaltar que cada empleo está vinculado a un sueño y un futuro, se establece una relación directa con las personas, haciéndolas sentir que el SPE no es solo una plataforma, sino un apoyo para alcanzar sus metas.
- * **#2 Refuerza el impacto social del SPE:** El concepto subraya la misión de contribuir al bienestar social y económico de Colombia, mostrando que cada esfuerzo del SPE está dirigido a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos.
- * **#3 Es inclusivo y adaptable:** Este concepto es lo suficientemente flexible para adaptarse a distintos públicos (ciudadanos, empresas, prestadores) y a diversos formatos, tanto en plataformas digitales como en medios tradicionales.
- * **#4 Tiene proyección territorial:** El concepto permite incluir narrativas adaptadas a realidades locales, visibilizando impactos concretos en comunidades, regiones y sectores productivos.
- * **#5 Concepto inclusivo que reúne varios actores:** Su estructura lo hace inclusivo y adaptable a diferentes públicos, permitiendo que cada actor —buscadores de empleo, empleadores, red de prestadores, academia, organizaciones de la sociedad civil y ONGs, cooperantes internacionales, autoridades locales, el gobierno nacional y los equipos internos del SPE— se vea reflejado y convocado a ser parte activa de la misión. Este concepto es versátil para distintos formatos y canales, desde campañas institucionales hasta acciones territoriales, piezas gráficas, contenidos digitales, procesos de formación o comunicaciones internas, manteniendo coherencia y solidez en su aplicación.



4 Tonos de la comunicación



Inspirador

Cercano

Confiable

Profesional

Conectar emocionalmente con los usuarios, generando confianza, y destacando la importancia del SPE como una herramienta que no solo ofrece empleos, sino que también transforma vidas. Para lograrlo, se debe emplear un lenguaje accesible, motivacional y claro, sin perder el respeto y la seriedad que una entidad pública requiere.

Este tono debe ser consistente en todos los canales de comunicación (redes sociales, página web, anuncios, materiales informativos) para que los usuarios siempre reconozcan la misión y los valores del SPE.





Servicio Público
de Empleo

Inspirador

El tono debe ser positivo, motivador y lleno de esperanza. El SPE no debe presentarse solo como una herramienta o un aliado, sino como un espacio de oportunidades reales, donde cada persona sienta que al usar la plataforma está dando un paso significativo hacia un mejor futuro.

Cómo usarlo:

Utiliza frases que resalten el potencial de cada persona y lo que pueden lograr con el apoyo del SPE.

Usa verbos motivacionales como "transforma", "construye", "crece", "avanza", "descubre".

Ejemplo: "Con el SPE, tu talento se conecta con nuevas oportunidades. Es momento de dar el siguiente paso hacia tu futuro."



Cercano

Los mensajes deben sentirse personales y dirigidos a cada usuario, demostrando comprensión de sus necesidades, aspiraciones y preocupaciones. El SPE debe proyectarse como un aliado cercano y confiable, que acompaña y orienta a la ciudadanía en su camino hacia mejores oportunidades laborales.

Cómo usarlo:

Usa un lenguaje accesible y amigable, evitando tecnicismos o un lenguaje demasiado formal.

Haz sentir a los usuarios que el SPE está aquí para ellos, que comprendes sus retos y aspiraciones.

Ejemplo: "Sabemos lo importante que es encontrar el trabajo adecuado. Estamos aquí para ayudarte a conectar con oportunidades que se ajusten a tu talento."



Confiable

Inspira confianza, destacando la seriedad, eficacia y solidez del SPE como un aliado oficial, confiable y veraz para encontrar empleo. Un espacio seguro en el que cada usuario puede sentirse respaldado y orientado, sin enfrentar barreras en su camino. La experiencia debe transmitir que están en manos de un servicio transparente, comprometido con el bienestar y la empleabilidad de todos los colombianos.

Cómo usarlo:

Usa un lenguaje claro y directo, sin ambigüedades.

Reafirma el compromiso del SPE con la calidad y la confiabilidad de sus servicios.

Ejemplo: "El SPE es tu aliado en la búsqueda de empleo formal, con un servicio gratuito, confiable y accesible para todos."



Profesional

La comunicación debe transmitir confianza y autoridad, posicionando al SPE como un canal confiable y efectivo para acceder a empleos formales, dignos y decentes. Al mismo tiempo, debe estar estratégicamente diseñada para llegar a todos los actores del ecosistema laboral, adaptando el mensaje según sus intereses y necesidades, sin perder coherencia ni propósito.

Cómo usarlo:

Mantén un lenguaje respetuoso y serio cuando sea necesario, sin perder el enfoque amigable y accesible.

Asegúrate de que la comunicación sea clara, bien estructurada y sin errores.

Ejemplo: "Con el respaldo del gobierno y las mejores prácticas, el SPE está diseñado para ofrecerte acceso a empleo formal, digno y decente."



Plan estratégico de comunicaciones SPE

Perfiles (buyer persona)

*Perfil / Historia

*Necesidades / Tono Comunicación

3.

* Buyer Persona

Descripción perfil buscador de empleo

Nombre: María González / Edad: 30 años / Ubicación: Ciudad capital

Nivel educativo: Técnica o profesional universitaria

Situación laboral: Desempleada o en búsqueda de mejores oportunidades

Perfil Psicológico y Comportamental:

Motivaciones: Encontrar estabilidad laboral, acceder a oportunidades de empleo formales, mejorar su calidad de vida.

Frustraciones/Dolores: Falta de ofertas acordes a su perfil, procesos de selección largos, escasez de información sobre programas de empleo.

Canales de Información: Redes sociales (LinkedIn, Facebook, Instagram y Tiktok), portales de empleo, sitios web gubernamentales.

Nivel de digitalización: Medio-alto, utiliza plataformas digitales para buscar empleo y capacitarse.

Objetivos y Necesidades:

- Acceso a ofertas laborales alineadas con su perfil y experiencia.
- Asesoramiento en la construcción de su hoja de vida y preparación para entrevistas.
- Capacitaciones gratuitas en habilidades técnicas y blandas para mejorar su empleabilidad.

Cómo el Servicio Público de Empleo Puede Ayudarle:

- Publicación de ofertas laborales ofertadas por la Red de Prestadores.
- Orientación y acompañamiento en la búsqueda de empleo.
- Capacitaciones gratuitas.



* Buyer Persona

Descripción perfil empleador

Nombre: Carlos Ramírez

Edad: 45 años

Ubicación: Ciudad intermedia o capital

Nivel educativo: Profesional universitario y especializado con estudios en administración, ingeniería o áreas afines

Situación laboral: Gerente de Recursos Humanos o dueño de empresa

Perfil Psicológico y Comportamental

Motivaciones: Encontrar talento capacitado e idóneo, reducir la rotación laboral, cumplir con políticas de inclusión laboral.

Frustraciones/Dolores: Procesos de selección costosos, falta de perfiles adecuados, alta rotación de personal.

Canales de Información: LinkedIn, portales empresariales, eventos de networking, boletines institucionales.

Nivel de digitalización: Alto

Objetivos y Necesidades

- Acceder a una base confiable de candidatos.
- Optimizar procesos de selección y reclutamiento.
- Asesoría en programas de inclusión laboral.

Cómo el Servicio Público de Empleo Puede Ayudarle

- Acceso al Sistema de Información del SPE donde puede encontrar el capital humano idóneo de acuerdo a las vacantes
- Implementación de la ruta de empleabilidad que ofrece servicios de orientación, formación, intermediación y colocación de empleo.
- Articulación para trabajar en programas y proyectos para poblaciones específicas, promoviendo el empleo.



* Buyer Persona

Descripción perfil academia

Nombre: Laura Mendoza

Edad: 38 años

Ubicación: Ciudad universitaria

Nivel educativo: Magíster o doctorado

Situación laboral: Directora de programas de empleabilidad o egresados en una universidad o institución técnica

Perfil Psicológico y Comportamental

Motivaciones: Vincular egresados al mercado laboral, mejorar indicadores de empleabilidad institucional, generar alianzas estratégicas.

Frustraciones/Dolores: Desconexión entre formación académica y necesidades del mercado, baja inserción laboral de egresados.

Canales de Información: LinkedIn, Facebook e instagram eventos académicos, webs de entidades con misionalidad de empleo.

Nivel de digitalización: Alto

Objetivos y Necesidades

- Generar alianzas con el SPE y la Red de Prestadores.
- Acceder a información del mercado laboral.
- Ofrecer servicios complementarios de orientación ocupacional.

Cómo el Servicio Público de Empleo Puede Ayudarle

- Articulación de programas de orientación con las instituciones.
- Posibilidad de ser un prestador del SPE para beneficio de sus egresados.
- Data como fuente confiable para investigaciones.



* Buyer Persona

Descripción perfil cooperante internacional

Nombre: Natalia Prieto

Edad: 42 años

Ubicación: Bogotá o ciudad con sede de cooperación

Nivel educativo: Posgrado en desarrollo internacional o cooperación

Situación laboral: Profesional de una agencia de cooperación o embajada

Perfil Psicológico y Comportamental

Motivaciones: Contribuir al desarrollo económico y social, financiar iniciativas de impacto, fortalecer alianzas público-privadas.

Frustraciones/Dolores: Poca visibilidad de proyectos exitosos, falta de continuidad en programas, baja articulación interinstitucional.

Canales de Información: Informes de impacto, portales de cooperación, espacios multilaterales, LinkedIn y Facebook.

Nivel de digitalización: Alto

Objetivos y Necesidades

- Identificar proyectos con alto impacto social.
- Establecer convenios con entidades sólidas.
- Medir resultados y sostenibilidad de las acciones.

Cómo el Servicio Público de Empleo Puede Ayudarle

- Mostrar resultados de iniciativas exitosas.
- Establecer alianzas para proyectos.
- Presentar propuestas de colaboración técnica y financiera.



* Buyer Persona

Descripción entidades territoriales y gubernamentales

Nombre: Juliana Torres

Edad: 48 años

Ubicación: Municipio o ciudad intermedia

Nivel educativo: Profesional con posgrado en gestión pública, administración o desarrollo territorial

Situación laboral: Alcaldesa, secretaria de desarrollo económico o funcionaria de gobierno local

Perfil Psicológico y Comportamental

Motivaciones: Impulsar el desarrollo económico local, reducir el desempleo en su territorio, generar confianza en la ciudadanía mediante resultados visibles.

Frustraciones/Dolores: Limitaciones presupuestales, desconocimiento de herramientas para el empleo, baja articulación con entidades nacionales, falta de información oportuna para tomar decisiones.

Canales de Información: Reuniones institucionales, informes técnicos, medios de comunicación locales, redes oficiales y grupos de WhatsApp institucionales.

Nivel de digitalización: Medio

Objetivos y Necesidades

- Articular acciones de empleo con el gobierno nacional y la Red de Prestadores.
- Implementar programas de formación y empleabilidad en su municipio.
- Obtener datos locales confiables para tomar decisiones estratégicas.

Cómo el Servicio Público de Empleo Puede Ayudarle

- Acompañamiento técnico para el diseño e implementación de estrategias locales de empleo.
- Acceso a herramientas, datos y programas del SPE para fortalecer el desarrollo territorial.
- Coordinación de ferias de empleo, rutas de empleabilidad y capacitaciones para la población del municipio.



* Buyer Persona

Descripción comunicación interna

Nombre: Jorge Ríos

Edad: 43 años

Ubicación: Bogotá

Nivel educativo: Profesional en contaduría pública

Situación laboral: Funcionario público del SPE

Perfil Psicológico y Comportamental

Motivaciones: Mejorar la comunicación institucional, mantener al tanto de la información que se produce al interior de la Entidad.

Frustraciones/Dolores: Falta de alineación entre áreas y escasez de recursos comunicativos.

Canales de Información: Correo institucional, boletines, canales internos de mensajería, Intranet, página web y redes sociales.

Nivel de digitalización: Medio-alto

Objetivos y Necesidades

- Potenciar la comunicación interna.
- Visibilizar logros y buenas prácticas dentro de la entidad.
- Generar conexión entre el propósito del SPE y el equipo humano.

Cómo el Servicio Público de Empleo Puede Ayudarle

- Proveer mensajes alineados con la estrategia institucional.
- Brindar herramientas de comunicación clara y motivadora.
- Promover espacios de reconocimiento y escucha activa.
- Socializar la información relevante que produzca la Entidad.



*Actores en la comunicación:

1

Prestadores del SPE

Tono: Confiable y Profesional

Buscamos establecer una articulación directa con los prestadores del Servicio Público de Empleo. No solo impulsaremos en redes sociales la información que ellos generan, sino que también promoveremos que actúen como replicadores de los contenidos difundidos a través de los canales de la Entidad.

2

Buscadores de Empleo

Tono: Inspirador y Cercano

Buscamos posicionar al Servicio Público de Empleo como la principal fuente de información para que la ciudadanía acceda a las vacantes disponibles a través de la Red de Prestadores. Para ello, difundimos *stories* replicando su información y potenciaremos la estrategia *Empleario*.



*Actores en la comunicación:

3

Empleadores

Tono: Confiable y Profesional

El sector privado facilita la contratación de talento, optimizando costos y tiempos de selección, y fomentando el empleo formal y digno. A través de una comunicación clara y estratégica, destacaremos los beneficios de nuestros servicios para las empresas, impulsando su crecimiento y contribuyendo a la reducción de barreras de acceso al mercado laboral.

4

Gobierno y Autoridades locales

Tono: Profesional e Inspirador

La articulación entre el SPE y las autoridades locales facilita el acceso a empleos formales, impulsa el desarrollo económico y reduce las brechas de inclusión laboral. Este trabajo conjunto contribuye a mejorar las condiciones de vida y a fortalecer el tejido empresarial en las regiones.



*Actores en la comunicación:

5

Organizaciones de la sociedad civil y ONGs

Tono: Confiable y Profesional

El SPE trabaja con organizaciones sociales y ONGs para promover el acceso a empleos dignos y formales, facilitando la integración laboral de comunidades focalizadas en todo el país.

6

Cooperantes internacionales

Tono: Confiable y Profesional

El SPE, en alianza con cooperantes nacionales e internacionales, promueve la democratización del acceso a empleos dignos y formales, garantizando oportunidades para todos y contribuyendo al desarrollo económico y social del país.





*Actores en la comunicación:

7

La Academia

Tono: Cercano y Profesional

El SPE articula acciones con la academia para que los actores que hacen parte del ecosistema laboral, estén alineados con las demandas del mercado, fomentando empleos dignos y formales, y potenciando la productividad e innovación.

8

Comunicación Interna

Tono: Inspirador y Cercano

Las y los colaboradores del SPE deben conocer la información generada al interior de la Entidad. Estar al tanto de estos contenidos no solo les permite ser replicadores clave, sino que también mejora su gestión interna, independientemente de si tienen o no relación directa con los actores o públicos mencionados anteriormente.

Plan estratégico de comunicaciones SPE

Contenidos SPE

*Cronogramas
*Temáticas / Campañas
*Contenido InHouse

4.



Actualmente

Nuestras redes sociales presentan una homogeneidad en la mayoría de publicaciones, si bien es cierto que existen contenidos que deben ser publicados en la mayor cantidad de canales posible (**Facebook, X, LinkedIn, Instagram, youtube**), no todos los contenidos se armonizan con las necesidades, públicos y formatos de las diferentes redes.

Implementación de cronogramas:

- *Calendario poblacional (fechas comerciales)
- *Calendario interno
- *Temáticas transversales y específicas
- *Parrilla de contenidos





Temáticas / Campañas

TEAM

EMPLEO SIN BARRERAS

ACCIONES QUE CONECTAN

EMPLEOS VERDES

CALENDARIO POBLACIONAL

VISOR / ECOSISTEMA LABORAL

ENCUENTRO DE BOLSAS

ENCUENTRO CON EMPRESARIOS

BUENAS PRÁCTICAS

CAMPAÑAS
COMUNICACIONALES ACCIONES
ESPECÍFICAS

NOTICIAS / FREE PRESS

LANZAMIENTO SISTEMA DE INFORMACIÓN

EMPLEARIO / CALENDARIO DE FERIAS

ENCUENTRO NACIONAL DE PRESTADORES

DATAEMPLEO

Las que se manejan actualmente en las redes sociales del SPE.

Evidencias cuantificables de las interacciones y resultados en las redes sociales del SPE.

Al finalizar se prepara el contenido para un recap, en video o fotográfico que cuente con un balance de lo acontecido en el evento.

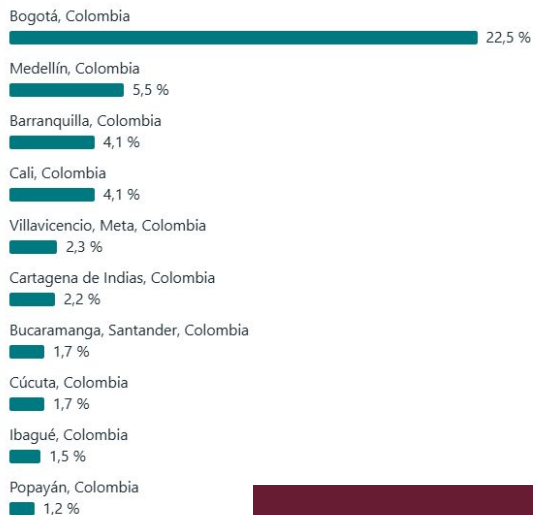


Balance General de Redes SPE 2024

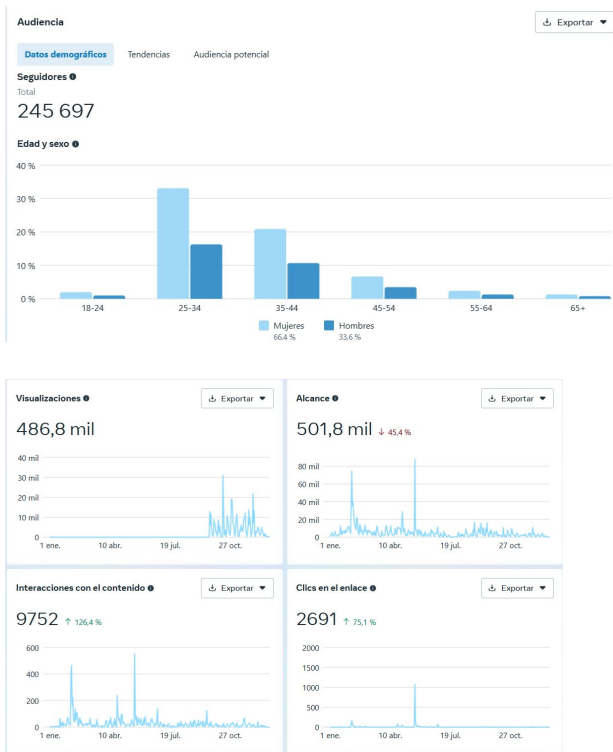


Facebook

Ciudades principales



Datos estadísticos que nos muestra Facebook en cuanto a audiencia, visualizaciones, alcance e interacción, permitiendo evaluar resultados.



Servicio Público
de Empleo

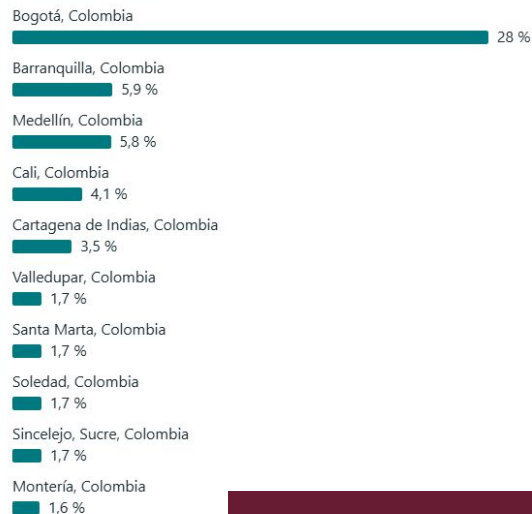


Balance General de Redes SPE 2024

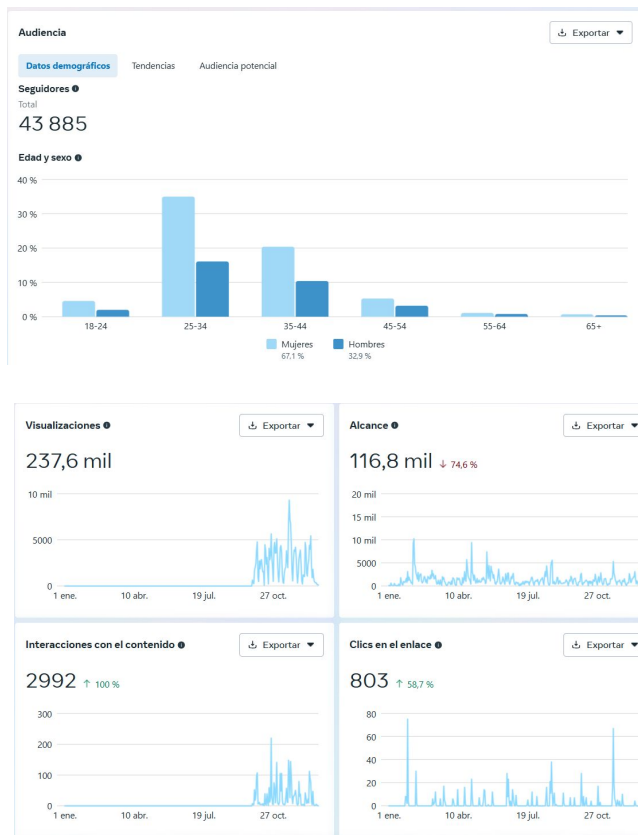


Instagram

Ciudades principales



Datos estadísticos que nos muestra Instagram en cuanto a audiencia, visualizaciones, alcance e interacción, permitiendo evaluar resultados.



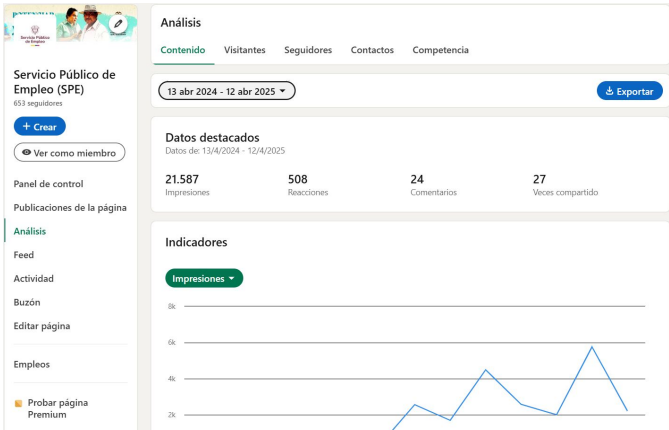
Servicio Público
de Empleo



Balance General de Redes SPE 2024



Linkedin



Características de los seguidores



Datos estadísticos que nos muestra LinkedIn en cuanto a audiencia, visualizaciones, alcance e interacción, permitiendo evaluar resultados.



Balance General de Redes SPE 2024



Youtube

Edad y género

Vistas - 2024

Todos Videos Shorts En vivo



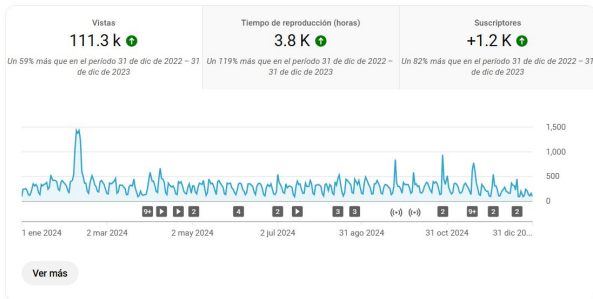
Ver más

Datos estadísticos que nos muestra Youtube en cuanto a audiencia, visualizaciones, alcance e interacción, permitiendo evaluar resultados.

Estadísticas del canal

Descripción general Contenido Público Tendencias

Tus videos recibieron 111,266 vistas en 2024



* Contenido In House

Requisitos a tener en cuenta

1. Equipo y Herramientas (Cámara, micrófonos, iluminación, entre otros)
2. Trabajo en equipo (Productor, Copy, Editor, Diseñador)
3. Planificación y Producción (Storyboard, Calendario, Sets y demás)

Objetivos

Humanizar el SPE mediante contenido que conecte con la audiencia, generando confianza y así incentivado aumentar la participación en redes, incluyendo contenidos que esté alineado con las tendencias y formatos digitales.

REALIZAR MOODBOARD DE PLANEACIÓN PARA GENERAR ESTE CONTENIDO PENSANDO QUE SEA SUFICIENTE PARA TODO EL MES SU IMPLEMENTACIÓN.



Plan estratégico de comunicaciones SPE

Redes Activas

- *Diagnóstico comparativo
- *Objetivos por cada Red Social
- *Contenidos para cada Red Social
- *Metas Cuantificables / Tendencias

5.

Presencia Actual

INSTAGRAM

25%

FACEBOOK

15%

X / TWITTER

5%

YOUTUBE

5%

PÁGINA WEB

30%

LINKEDIN

5%

FREE PRESS

15%

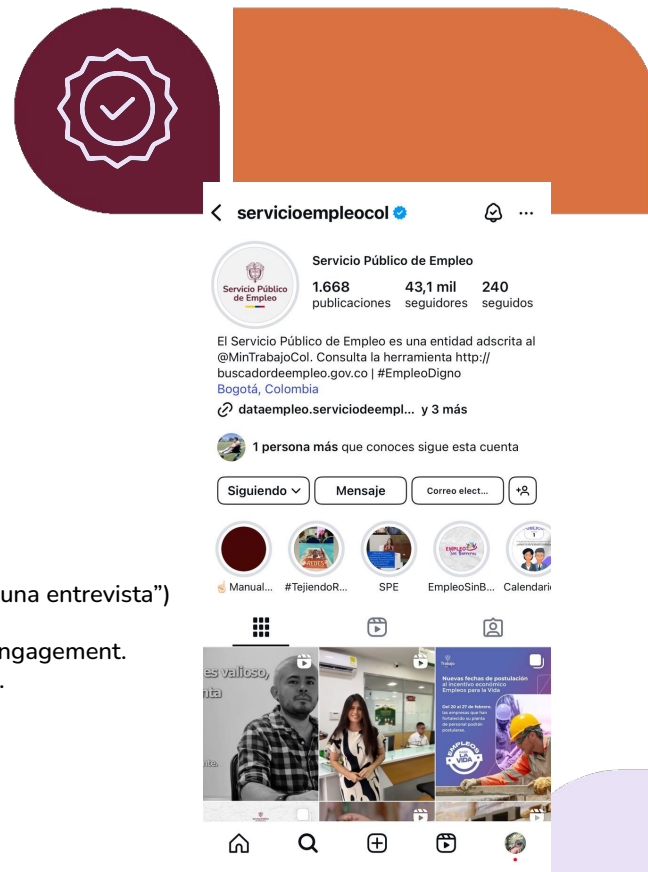
- Estadísticas realizadas bajo el diagnóstico que nos muestran las redes sociales, evaluando cantidad de contenidos publicados y presencia en cada una y a su vez evaluando la comunidad en seguidores es interacción.

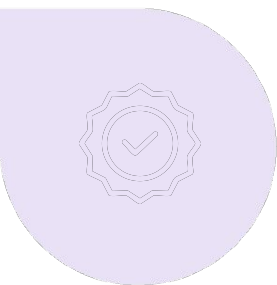


Instagram

Instagram (43.500 seguidores) → Contenido visual y dinámico.

- Reels con consejos laborales (ejemplo: “Cómo preparar una entrevista”)
- Stories con convocatorias de empleo destacadas
- Uso de influencers laborales para generar confianza y engagement.
- Infografías con datos breves sobre empleo en Colombia.





Facebook

Facebook (245k seguidores) → Contenidos aspiracionales y cercanos

- Testimonios de usuarios beneficiados.
- Historias de éxito de empresas y prestadores.
- Enlaces a ferias de empleo y convocatorias activas.
- Publicaciones con datos clave del mercado laboral en formato infografía.



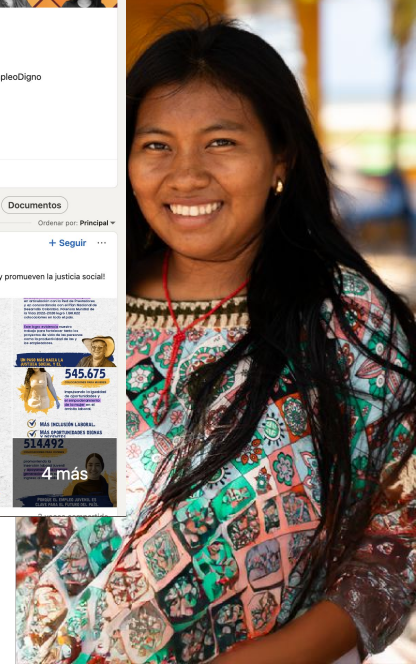
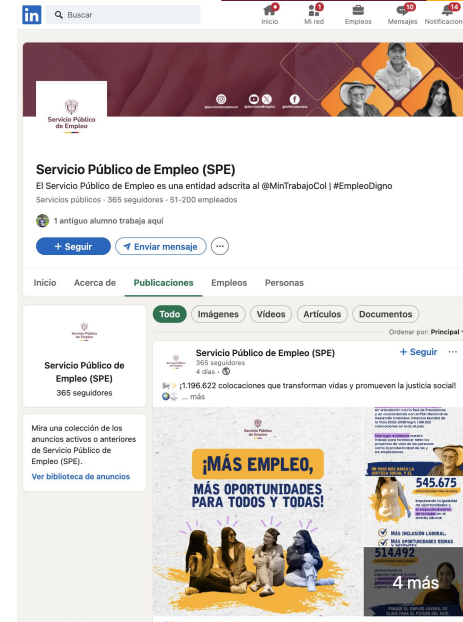
LinkedIn

LinkedIn (600 seguidores, prioridad de crecimiento) → Dirigido a empresas y sector académico.

- Publicación de boletines y análisis de datos del mercado laboral.
- Artículos de expertos sobre tendencias de empleo.
- Casos de éxito de empresas que han usado el SPE en sus procesos de selección.
- Alianzas con universidades para divulgar estudios y reportes.



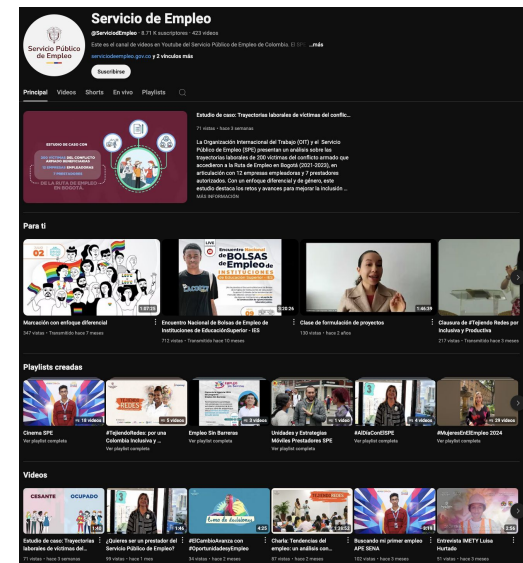
Servicio Público
de Empleo



Youtube

YouTube (8.771 suscriptores) → Contenidos educativos y testimoniales.

- Webinars con expertos en mercado laboral.
- Videos explicativos sobre cómo usar la plataforma del SPE.
- Relatos de personas que encontraron empleo a través del SPE.
- Activación de Shorts





X (Twitter) (49k seguidores) → Información rápida y oficial.

- Actualizaciones sobre cifras y tendencias del mercado laboral.
- Resúmenes de eventos y ferias de empleo en tiempo real.
- Tweets con hilos explicativos sobre trámites y servicios del SPE.
- Buscar herramientas gratuitas como Twitter Analytics o Metricool para medir interacciones.





Alianzas y Free press

- Medios de comunicación: Generación de notas, entrevistas con voceros del SPE y reportajes con testimonios de beneficiarios.
- Influencers focalizados en temas laborales: Estrategias de colaboración para promocionar el SPE en RRSS.
- Alianzas académicas: Uso de datos del SPE en investigaciones y eventos.



Metas Cuantificables Tendencias

- Redes Sociales

Objetivo: Aumentar la visibilidad, interacción y confianza en el SPE como herramienta clave para conseguir empleo.

Métrica	Indicador	Herramienta de medición	Meta
Crecimiento de seguidores	Aumento mensual en Facebook, Instagram, X, LinkedIn y YouTube	Estadísticas de cada red	+5% anual
Interacción	Reacciones, comentarios, compartidos y guardados	Estadísticas nativas de cada red	+30% anual
Alcance de publicaciones	Número de personas que ven las publicaciones	Estadísticas de cada red	15% más de alcance orgánico
Engagement rate (ER)	$[(\text{Interacciones} / \text{Alcance}) * 100]$	Metricool, Hootsuite	>2% en Facebook e Instagram
Tasa de clics (CTR)	Clics en enlaces a la web desde redes	Google Analytics	3% de CTR

Métrica especial para X (Twitter): Indicador clave: Aumento en la cantidad de menciones y retuits de cuentas aliadas (empresas, prestadores, influenciadores).

Metas Cuantificables Tendencias

- Página Web

Objetivo: Aumentar el tráfico web y la consulta de herramientas y ofertas laborales.

Métrica	Indicador	Herramienta de medición	Meta
Tráfico web	Número de usuarios únicos y sesiones en la web del SPE	Google Analytics	+20% visitas
Tiempo en página	Minutos promedio en secciones clave	Google Analytics	>2 min
Tasa de conversión	Personas que se registran en el SPE desde la web	Google Analytics	+5% mensual
Clics en ofertas de empleo	Número de veces que los usuarios interactúan con ofertas laborales	Google Analytics	+15%

Metas Cuantificables Tendencias

- Medios masivos

Objetivo: Posicionar al SPE en medios como referente en empleo formal.

Métrica	Indicador	Herramienta de medición	Meta
Menciones en medios	Cantidad de publicaciones en medios nacionales y regionales	monitoreo de medios	8 menciones mensuales
Impacto de Free Press	Número de medios que replican boletines del SPE	Monitoreo de prensa	50% de replicación
Apariciones en radio/TV	Entrevistas o notas sobre el SPE	Reportes de monitoreo	8 al año

Se implementará mediante una estrategia de free press y un relacionamiento permanente con periodistas



Servicio Público
de Empleo

Plan estratégico de comunicaciones SPE

Conclusiones

Con este plan estratégico buscamos dejar atrás la automatización genérica de contenidos en redes sociales. A partir de ahora, cada publicación estará alineada con los objetivos comunicacionales y estratégicos definidos para cada red social, tanto en formato como en mensaje. El propósito es organizar previamente los contenidos, comunicar de manera asertiva y conectar con las audiencias específicas de cada plataforma. En este sentido, los KPIs establecidos nos permitirán medir la efectividad de la estrategia y realizar los ajustes necesarios según el comportamiento de la audiencia y la dinámica propia de cada canal.

Entender que no todos los contenidos e información debe ser publicados en cada red social, Calidad mas no cantidad es un pilar para el 2025 en la sedes sociales.



Servicio Público de Empleo



**UNIDAD ADMINISTRATIVA ESPECIAL
DEL SERVICIO PÚBLICO DE EMPLEO**
Carrera 7, No. 31-10, Pisos 13 y 14, Bogotá D.C.
www.serviciodeempleo.gov.co