

PROTOCOLO DE RRSS

BPXport

OBJETIVO

Con el Objetivo de estandarizar y mantener la calidad de nuestra imagen corporativa, es necesario generar una serie de pautas a seguir a la hora de actuar tanto en las redes sociales como en cualquier soporte de cartelería.

La imagen que ofrecemos tenemos que cuidarla y tratar de darle la importancia que merece, ya que esta puede ser vista tanto por usuarios de nuestros servicios como por clientes potenciales que puedan llegar a serlo (Captación de socios). Es muy importante que mantengamos la homogeneidad en todos los centros

Asimismo, es muy importante mantener la misma imagen en todos los perfiles de redes sociales que tengamos, tanto en el central, como en las cuentas de cada centro, para conseguir una identificación instantánea de la marca en cualquiera de ellas.

ÍNDICE



1.Imagen corporativa RRSS

- Biografía
- Colores y tipografía

2.Publicaciones en RRSS

3.Post

- ¿Cómo debe ser un post?
- Descripción
- Hashtags

4.Historias

5.Acciones puntuales

6.Presentación de Trabajadores

7. Comunicaciones oficiales

8.Tareas responsable RRSS

9.Pedidos a marketing

10.Comunicación con marketing

1.IMAGEN CORPORATIVA RRSS

IMAGEN CORPORATIVA RRSS

Las cuentas de todos los centros deberán llevar tanto la misma estructura como la imagen que queremos transmitir.

- Nombre de la cuenta: BPXport + ciudad/ubicación
- Foto de perfil: isotipo en verde corporativo. Excepción logo propio como: CDO, Parc del Garraf y Esportiu la Piscina y Ateneu Les Bases
 - Disponible en:

Marketing centros



Logos e isotipo



- En ningún momento modificaremos la foto de perfil, salvo en eventos especiales. Estos eventos, se os comunicarán desde marketing.

IMAGEN CORPORATIVA RRSS

La biografía tanto de Facebook e Instagram de los centros tendrán la misma estructura (la biografía se ha modificado desde marketing, no cambiarla). Contendrá:

- El sector y breve descripción
- Localización
- Servicios
- Link a la página web (página de cada centro)
- Uso de emoticonos.
- Datos de contacto, se activarán botones de:
 - contacto
 - llamada
 - email

BPXport Los Prunos
Gimnasio o centro de fitness

 Hortaleza, Madrid.

 Piscinas

 Spa

 Solárium

 Sala fitness y actividades

 Pistas de Pádel

 Cafetería

linktr.ee/bpxportlosprunos

Av. de los Prunos 98, Madrid, Spain 28042

IMAGEN CORPORATIVA

Colores corporativos:

- En todas las publicaciones se utilizarán tanto el color, como las letras corporativas:
 - Color corporativo:
 - Pantone 390 (R:181, G:190, B:0), en Canva: #B4BC00
 - En el caso de no poder utilizar el verde corporativo, optaremos por el negro, blanco o gris.
 - NUNCA utilizaremos otros colores
 - Tipografía:
 - Para todas las publicaciones, cartelerías, formatos grandes etc. Usaremos la tipografía

Helvetica en Canva Helveitich



**No se podrá utilizar otro tipo de verde,
ni letra**



2.PUBLICACIONES EN RRSS

PUBLICACIONES EN RRSS

¿Qué se publica desde los centros?

Todo lo relacionado con el día a día de los centros. Ej:

- Fotos o videos de eventos, clases, masterclass...
- Novedades del centro. Ej: nueva máquina
- Horarios especiales
- Diferentes actividades que se ofrecen el centro
- Espacios que ofrece el centro: fitness, boxes, spa...
- Comunicados oficiales



PUBLICACIONES EN RRSS

¿Qué NO publicarán los centros?

Todo lo relacionado con las promociones. EJ:

- Promociones de matrícula 0, abono familiar, individual...
- Campamentos de verano/semana santa/navidad
- Post corporativos (Ej: día internacional contra el cáncer de mama, feliz navidad, festivales locales...)



3.POST

¿CÓMO DEBEN SER LAS PUBLICACIONES?

POST (imágenes y videos)

- Nos centraremos en realizar publicaciones visuales y sociales dónde se vean perfiles de público semejantes al nuestro
 - Intentar ser partitivos en género y usar cuerpos reales (no solo cuerpos fit)
 - No utilizar fotografías sexistas
 - Texto foto: Un solo mensaje o ninguno.
 - En los centros de Valencia y CAV, se harán dos visuales, uno para el castellano y el otro para la lengua cooficial. Se publicará en formato carrusel, en primer lugar la lengua cooficial y en segundo lugar el castellano.
- En la medida de lo posible, se publicarán videos, obtienen más alcance e interacción.
- Se intentará que las fotografías y videos que vayamos a utilizar sean de buena calidad.
- No añadiremos los logos en las publicaciones

ERRORES POST



ERRORES POST



¿POR QUÉ ESTE VISUAL NO ES CORRECTO?

1. Se hace el uso del logo
2. No es una publicación visual, se ha añadido demasiada información como:
 - a. Lugar: Centros Termolúdico de Cascante
 - b. Sala: Activity 2
 - c. El horario y fecha son demasiado extensos: con 24 noviembre, 16:00h bastaría.
3. En este caso es un día puntual donde se asocia al morado, si no fuese así, los colores utilizados no serían correctos.

¡RECUERDA!

La información se debe colocar en la descripción del post



DESCRIPCIÓN POST

Descripción del texto

- El texto se pondrá en la descripción de la publicación.
- Dialogo hablando de “tu” o de “vosotros”. Y de “nosotros”. Tenemos que ser cercanos con el cliente.
- Usar emoticonos
- Usar saltos de línea para separar el contenido en párrafos

Idioma

- En los centros de la CAV y Valencia, las publicaciones serán en dos idiomas, siendo siempre las descripciones primero en la lengua cooficial.
- En el post multilingüe: usar la separación solo delante del segundo idioma:

[CAS]_____



bpxportsopela Bisita gaitzazu azaroaren 24tik 28ra eta...

Jakin ezazu nola parte hartu mugimenduan!
Zatoz eta esango dizugu nola...

Izan zaitetz mugimenduan parte!



[CAS] _____

Visítanos del 24 al 28 de noviembre y ...

¡Entérate de como formar parte del movimiento!
Ven y te contamos como...

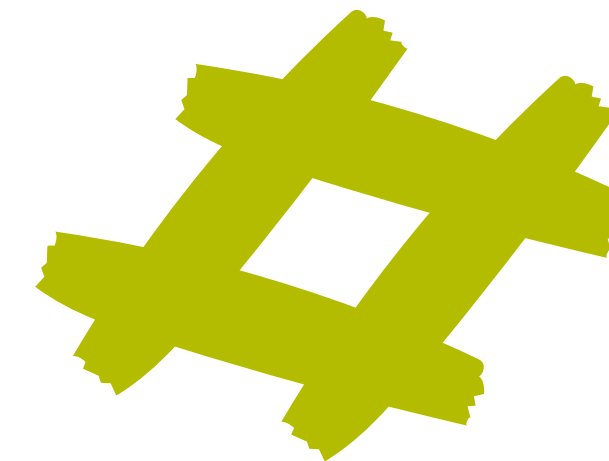
¡Forma parte del movimiento!



#blackfriday #greenfriday #blackweek #BPXnaiz #yosoyBPX
#centrodeportivo #gimnasio #fit #clubdeportivo #bpxport
#actividadesdirigidas #bienestar #fitness #padel #padelvizcaya
#fronton #frontonvizcaya #deportesvizcaya #gimnasiovizcaya
#fitnessvizcaya #centrodeportivovizcaya #piscinasvizcaya
#spavizcaya #bpxportsopela

3 días Ver traducción

USO DE HASHTAGS



Uso de Hashtags y ubicación

Añadiremos siempre la ubicación del centro en los post

Al final de cada publicación añadiremos # hashtags, consiguiendo así, más alcance e interacción.

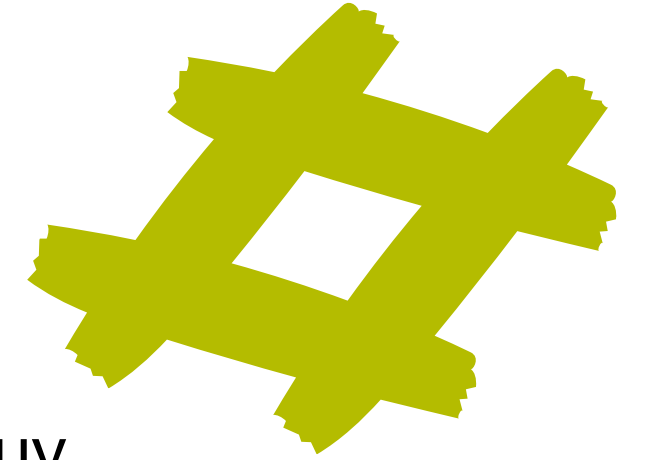
- Instagram: Uso de entre 11 a 13 #
- Facebook: máximo 3 #
- No se acentuarán las palabras de los #
- Se procurará no utilizar siempre los mismos #, ya que, el alcance será más limitado, llegando siempre al mismo público.
- Disponéis esta aplicación para buscar # relacionados con la temática del post:



<https://postcron.com/es/blog/landings/buscador-de-hashtags/>



USO DE HASHTAGS

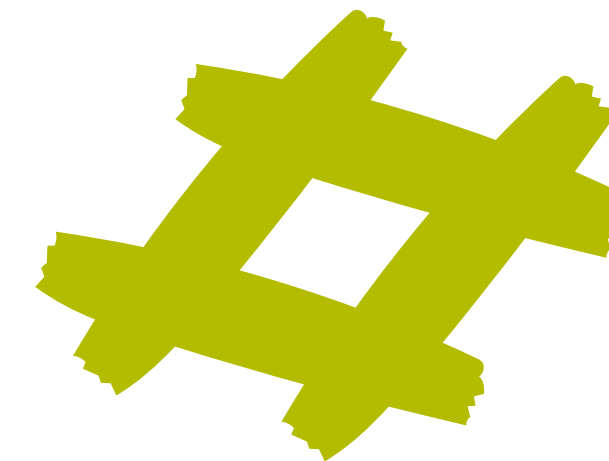


Uso de Hashtags

- Se utilizarán # los más cortos posibles. Para no crear confusión ni llegar a un público muy limitado.
- Deberán tener relación con el contenido que hemos publicado.
- En el caso de empresas de la CAV, Valencia o Cataluña los # deberán ser tanto en castellano como las lenguas cooficiales.
- Los # siempre estarán situados al final de la descripción, no en medio del texto.

USO DE HASHTAGS

Asimismo, se establecen varios # que se deberán utilizar en todos los centros y publicaciones, como:



COMUNES EN TODOS LOS CENTROS

**#yosoyBPX #bpxport #bpxportcentro #gimnasio
#actividadesdirigidas #fit #fitness #fitnesscommunity
#bienestar #curso2023**

ESPECIFICOS PARA CADA CENTRO:

**#deportes ej: #deportesmanresa
#gimnasiomanresa
#centrodeportivomanresa
#piscinasmanresa
#spamanresa**

+nombre municipio o región

4.HISTORIAS

HISTORIAS

Designará una persona responsable del centro que publique 2/3 stories por semana:

QUÉ ESTILO TENDRÁN?

1. Corto, rápido, con movimiento, dinámico. Nada de videos estáticos y largos (¡son aburridos!)
2. De contenido diverso (ver siguiente diapositiva)
3. Evitar los selfies (somos un centro, no un personaje)
4. ¡Hacer REELS!



HISTORIAS

HISTORIAS

CONTENIDO PARA EL ENGAGEMENT:

1. Etiqueta de la ubicación del municipio/centro
2. Hashtag relacionado con el deporte o la vida activa/salud/bienestar
3. Etiqueta las personas que aparecen, sobre todo si son trabajadores/técnicos. Siempre debemos pedir permiso
4. Podéis poner música opcional, o algún elemento divertido. Es una red social, y puede y debe permitirse el lujo de tener "humor"
5. Incluir gifts de interacción de vez en cuando (preguntas, encuestas...)
6. Debemos pedir a los técnicos que compartan las historias en las que se les ha etiquetado, ¡e incentivarlos para que lo hagan siempre! ¡Ellos son nuestros mejores prescriptores!

HISTORIAS

CONTENIDO ALTERNADO:

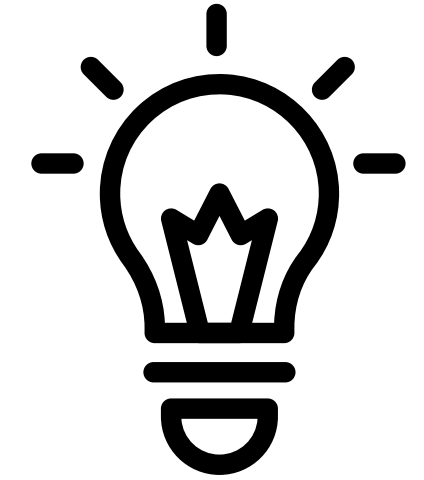
(ir haciendo una tras otra hasta completar la lista y volver a empezar +eventos puntuales)

ACTIVIDAD: mostrar la gente o partes de gente haciendo la actividad. PERSONAS:

- Cuerpo-mente
- Tonificación/fuerza
- Fitness/box
- Cardiovascular
- Spa/sauna/...
- Entrenamiento personal
- Piscina (si hay)
- Makingoff staff: momentos que no se ven: técnicos preparando clases, entrenando o practicando el bodypump pillados "infraganti", cosas divertidas que pasan dentro y que se puedan mostrar con cierta gracia y que parezca que se "pillan" infraganti



IDEAS HISTORIAS



Ejemplos de cómo grabar:

ACTIVIDADES:

- Primeros planos de caras felices, sufriendo/sudando,... (siempre y cuando tengamos su consentimiento escrito de la publicación de su imagen: tan fácil como enviarle un mensaje desde Instagram pidiendo si podemos publicar, y que nos conteste por escrito que si)
- Planos desde el suelo de pies haciendo jumping, técnicos (equipados) chocando manos con abonados, planos desde arriba con zooms rápidos hacia un elemento concreto...
- Barridos generales mostrando la actividad

HISTORIAS

TEMAS:

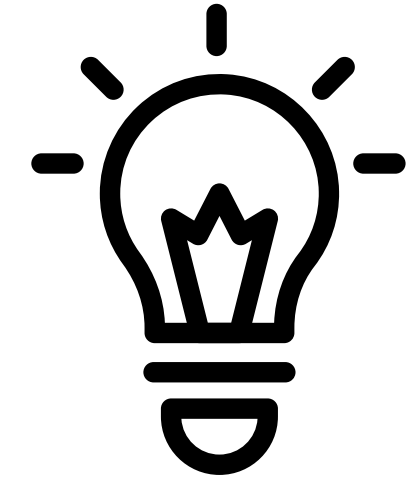
CONTENIDO ALTERNADO:

(ir haciendo una tras otra hasta completar la lista y volver a empezar +eventos puntuales)

ZONA: mostrar la zona o parte de ella con su material. ESPACIOS/RINCONES:

- Fitness/box/zona cardio/alguna maquina potente...
- Zona estiramientos: espalderas/colchonetas/material fisio/...
- Spa/sauna/...
- Piscina (si hay)
- Recepción/atención al cliente
- Servicios extras del a destacar: pádel, parking, bar,...

IDEAS HISTORIAS



Ejemplos de cómo grabar:

ZONAS:

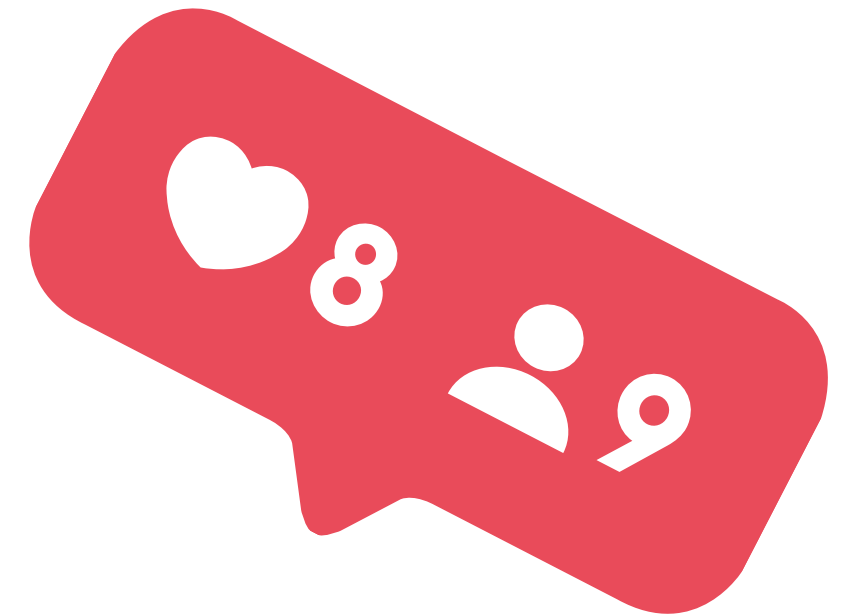
- Planos de piernas, brazos, espaldas en movimiento
- Planos generales y barridos mostrando la zona
- Planos donde se vean rayos de luz natural que entran por ventanas
- Primeros planos de maquinaria/servicios como: burbujas del spa, pantallas de máquinas de fitness, suelo de zona peso libre lleno de mancuernas

5.ACCIONES PERIÓDICAS

BUSCAR SEGUIDORES

La persona asignada en la gestión de las RRSS, semanalmente buscará a 10 seguidores del municipio y del mundo fitness/bienestar.

Seguir a 10 personas (no más) que vivan en el área de cobertura del centro y que sean personas activas o que hagan deporte (abonados actuales o potenciales, o gente del mundo del fitness/deporte de la zona)



6.PRESENTACIÓN DE TRABAJADORES

PRESENTACIÓN DE TRABAJADORES

Cada dos meses o el día del cumpleaños del trabajador, publicareis un post presentando al trabajador

- Elementos del post:
 - Nombre
 - Puesto
 - Frase que le defina
 - #yosoyBPX/ BPXnaiz
- ¿CÓmo debe ser la foto?
 - Foto del trabajador con el uniforme
 - Fondo BLANCO
- Para ello, disponéis una plantilla en canva: [presentación trabajador](#)

EJEMPLO: PRESENTACIÓN DE TRABAJADORES

MARTA
RECEPCIONISTA
ALEGRE



#yosoyBPX

ESPONTANEIDAD
SÉ LO QUE QUIERAS SER

HORACIO
CONSERGE



#yosoyBPX

DEDICACIÓN
PASO A PASO, Y ¡HECHO!

JORDÀ
TÉCNICO
SIN PIEDAD



#yosoyBPX

¡PIE ARRIBA!
¡ROMPE TUS LÍMITES!

7.COMUNICACIONES OFICIALES

COMUNICACIONES OFICIALES

Avisos puntuales y fuera de lo normal de los cuales es absolutamente necesario enviar el mensaje (cierre de instalaciones por accidentes ajenos a nosotros, por ejemplo).

- Situaciones oficiales, generalizadas, que afectan a todo el sector (no es causa nuestra)
- Avisos de mantenimiento de instalaciones, a los que les demos la vuelta mostrando que mantenemos las instalaciones limpias, actualizadas y cuidadas
- Situaciones negativas estrechamente relacionadas con la instalación/empresa, y culpa nuestra. (huelgas, maquinas rotas, ...)

Éstos post, una vez que se haya solucionado la incidencia, se deberán de borrar del feed.

Tenéis disponible en Canva dos tipos de avisos: Verde y Negro.

COMUNICACIONES OFICIALES

VERDE: PARA INFORMAR DE TEMAS MAS POSITIVOS.
COMO CAMBIO DE HORARIOS, O LIMPIEZA DE PISCINAS.....

NEGRO: PARA TEMAS MAS NEGATIVOS COMO CIERRE POR HUELGAS, PROBLEMAS EN LOS SERVICIOS QUE DEJAN DE ESTAR EN FUNCIONAMIENTO....



COMUNICACIONES OFICIALES

Dejaremos de utilizar la plantilla antigua



8.TAREAS RESPONSABLE RRSS

CONTESTAR MENSAJES DIRECTOS

Cada día se deberá:

1. Consultar si hay mensajes directos, y contestarlos.
2. Dar like a los comentarios de los posts y contestar a éstos. Si se contesta pasadas 12 h de su llegada, se pierde posicionamiento y la plataforma nos penaliza

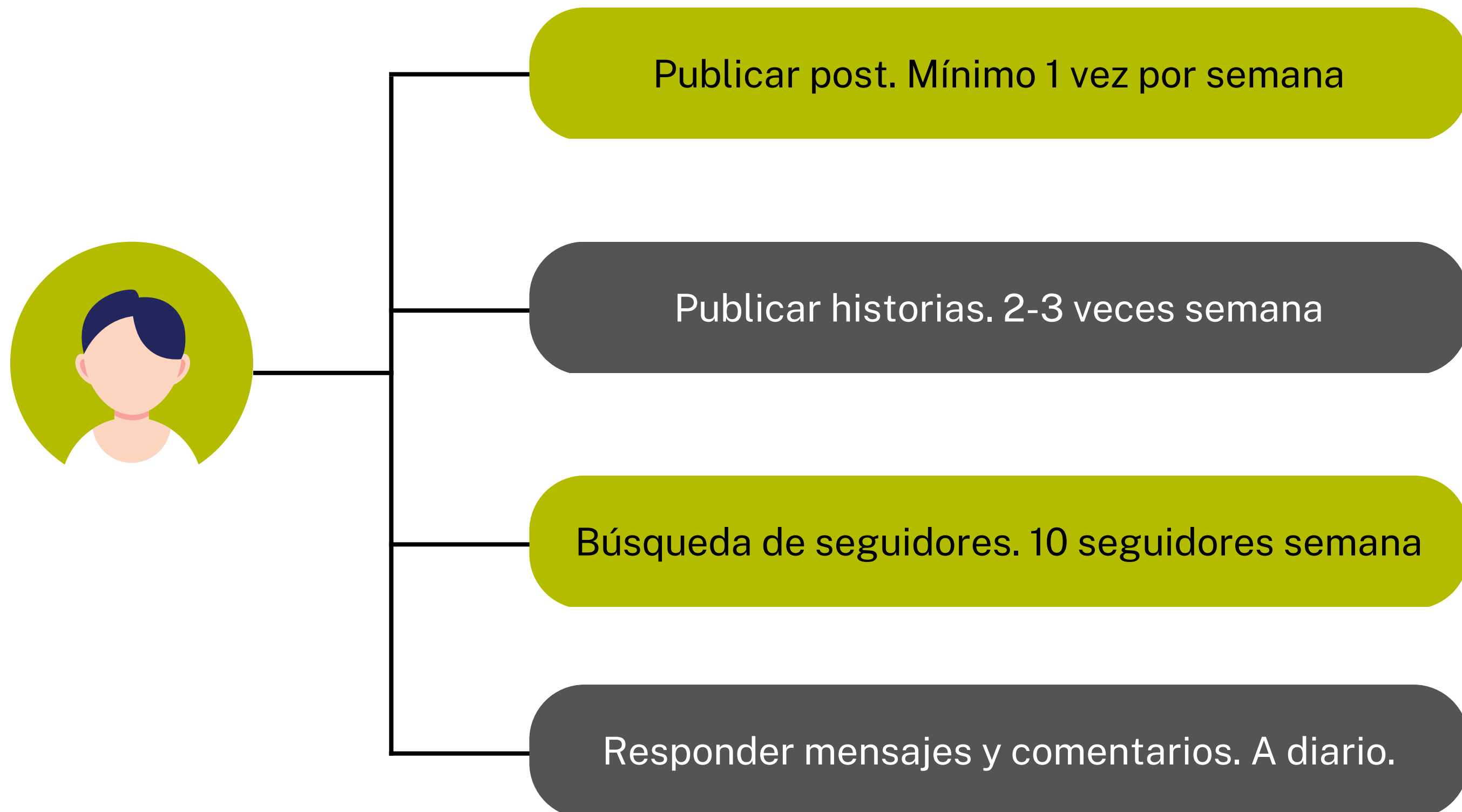


Hoy en día las RRSS son un canal de comunicación con el cliente muy importante, incluso más, que una llamada.

¡Hay que contestar siempre!



TAREAS RESPONSABLE RRSS

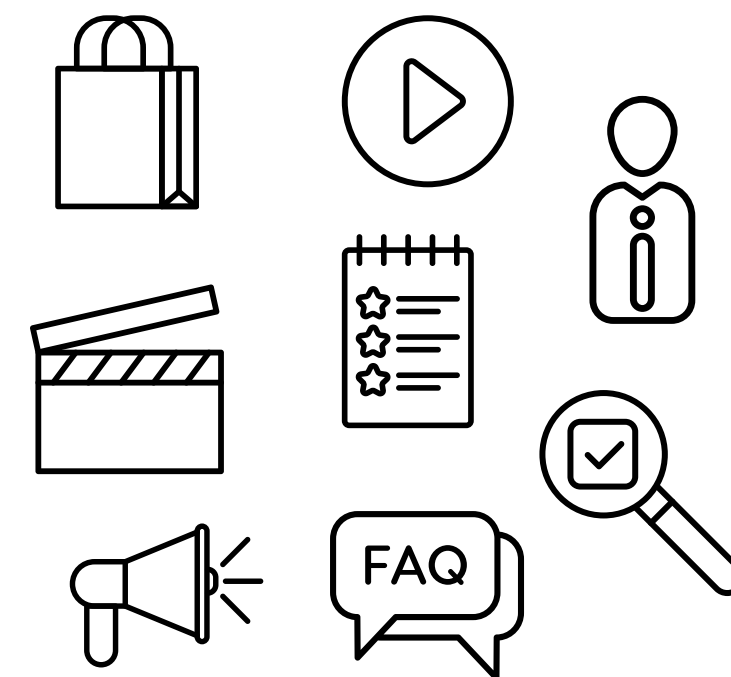


9.PEDIDOS A MARKETING

PEDIDOS A MARKETING

- En el caso que necesitéis realizar algún pedido a marketing como:
 - Cartelería
 - Lonas
 - Publicaciones
 - Tríptico/Dípticos
 - Nuevas plantillas para RRSS
 - Formatos grandes

Debéis realizarlo mediante el programa de gestión. No se aceptarán peticiones por otras vías.



Gestiones internas



Pedidos a Marketing

10.COMUNICACIÓN CON MARKETING

COMUNICACIÓN CON MARKETING

Para cualquier duda relacionada con marketing o RRSS no dudéis en contactar con nosotras mediante email:

Carmen: carmenmiralles@bpxport.es

Maitane: pedidos@bpxport.es

Laura: comunicacio@ateneulesbases.cat

¡MUCHAS GRACIAS!

BPXport