


<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

**Propósito del Manual:**

Establecer los lineamientos de atención a nuestros usuarios en las redes sociales, para gestionar de manera pertinente, oportuna y empática, los comentarios y las PQRSF recibidas a través de este canal.

**Definiciones:**

**Canales de atención al usuario:** Este frente tiene la misión de brindar información y orientar al cliente a través de los diferentes canales de contacto corporativos, inicia con la unificación de la información de los productos y servicios ofrecidos por la Corporación en el aplicativo Guías de información, como base única de conocimiento y finaliza con la entrega de información por los canales presenciales y/o virtuales como: Telefónico (Contac Center), App Comfenalco, Asesor virtual Diligente, Redes Sociales, Correo electrónico, Portal web, buzones de sugerencias y el canal de Atención presencial.

**Troll:** usuario en redes sociales que actúa de manera anónima o con identidades falsas para molestar, sabotear o afectar la reputación de personas, marcas o entidades. No necesariamente busca una respuesta, en algunos casos busca causar daño y su tono se mantiene negativo e irreconciliable.


**Redes Sociales:** Las redes sociales son estructuras virtuales compuestas por grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

**Community Manager:** Gestiona y es el responsable de las comunidades digitales en las redes sociales, en torno a la marca y los servicios de la Caja de Compensación Familiar Comfenalco Valle delagente, estableciendo con los usuarios interacciones con el propósito de facilitar la comunicación con los clientes afiliados y comunidad en general para responder información de primer nivel y orientación o radicación hacia los canales normales de respuesta a peticiones, quejas, reclamos, solicitudes y felicitaciones (PQRSF).

**Tipos de comentarios recibidos:**

**Comentario:** Es una mención que hacen los usuarios en redes sociales, puede ser positiva, neutra o negativa en texto-palabras, imagen o emoticones. No necesariamente demanda algo, puede ser simplemente una opinión abierta en apoyo o con tono de sarcasmo.

<p><b>Elaboró:</b></p>          <p>María Alexandra Meneses <b>Cargo:</b> Profesional I</p>	<p><b>Revisó:</b></p>          <p>Emmanuel Sandoval <b>Cargo:</b> Profesional I</p>	<p><b>Aprobó:</b></p>          <p>Natalia Ortiz Largo <b>Cargo:</b> Coordinador II</p>
--	---	--

<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

**Comentario pregunta:** Es aquella mención que lleva explícitamente una pregunta dirigida a la organización.

**Sarcasmo:** Burla sangrienta, ironía mordaz y cruel con que se ofende o maltrata a alguien o algo. Figura que consiste en emplear esta especie de ironía o burla.

**Petición:** Derecho fundamental que tiene toda persona a presentar solicitudes respetuosas por motivos de interés general o particular y a obtener su pronta resolución

### **Descripción de las Redes sociales de Comfenalco Valle Delagente:**

**Twitter:** Red social que permite enviar mensajes de texto, imagen o video plano dentro de un máximo de 280 caracteres, llamados tweets, que se muestran en la página principal del usuario. Los usuarios pueden seguir a otros usuarios para poder ver los mensajes o tweets que se comparten en la línea de tiempo o cronología. Los mensajes o tweets son públicos, cualquier usuario puede verlos, pero el seguidor solo puede ver en su línea de tiempo los mensajes de aquellos que sigue. Se pueden hacer mensajes directos entre seguidores y seguidos estableciendo una comunicación directa y privada. Para Comfenalco Valle Delagente este canal está dado para generar información casi en tiempo real, ideal para colocar cifras del informe de gestión, PDCs con fines educativos, cosas que pasen alrededor de nuestras sedes y por qué no, prácticas ciudadanas de nuestros colaboradores.


**Facebook:** Es una red social abierta a cualquier persona u organización en donde puede compartir comentarios, fotos, videos, noticias entre amigos o seguidores. Para las personas se denominan perfil y las empresas pueden crear una fan page o página de seguidores para crear comunidad en donde se pueden difundir servicios, productos o actividades. Esta red social es el canal por excelencia de nuestros afiliados para compartir información relacionada a los servicios y actividades realizadas por la Caja, aquí la información puede ser transversal, pero la pertinencia se determina según el tráfico de la red.

**Fan page:** Es una opción de Facebook para crear páginas de fanáticos o seguidores, es la manera en que Facebook diferencia el perfil de un usuario con la página de un negocio comercial o marca.

**YouTube:** Si bien este canal está dado para interactuar con los usuarios, por la dinámica de la Caja y el contenido audiovisual de este canal es utilizado como repositorio del material desarrollado, almacenamiento de "En Vivos", videos privados para compartir con fines de comunicación interna.

**LinkedIn:** Es una red social orientada al uso empresarial, a los negocios y al empleo. Partiendo del perfil de cada usuario, quien de forma revela su experiencia laboral además de sus destrezas, esta web pone en contacto a millones de empresas y empleados. Para Comfenalco Valle Delagente este canal está dado para generar información corporativa como noticias de interés, prácticas de ambiente laboral, convocatorias laborales y Planes de comunicación corporativos, no siempre se requiere post, si se tiene un link se puede compartir con un copy.

**Tik tok:** Es una red social de entretenimiento que permite grabar, editar y compartir videos cortos (de 15 a 60 segundos) en secuencia y con la posibilidad de añadir fondos musicales, efectos de sonido y

<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

filtros o efectos visuales. Para Comfenalco Valle Delagente Este canal está dado para generar contenido jocoso, divertido y entretenido, el público es joven, por lo que las actividades promocionales o corporativas tienen que ser innovadoras y alineadas con las tendencias de la red (Audios, efectos, retos, etc.).

**Instagram:** Red social para compartir fotografías y videos a través de diferentes formatos como (Post, historias, reels, en vivos), hacer comentarios y dar me gusta. Esta red social NO es informativa, su contenido en su mayoría es por medio de imágenes y/o videos, el estilo gráfico es limpio, sutil y contundente, si se quiere vender es importante que la imagen hable por sí sola y ya en el copy (Descripción de la foto) se detalla la información.

**App Comfenalco:** Para fortalecer los procesos transaccionales de venta y colocación de los diferentes servicios de la Caja de Compensación, nuestros usuarios cuentan con la App Comfenalco Valle delagente, desde la cual obtienen información del Subsidio de vivienda, del pago del subsidio monetario, cuentan con la visualización digital de la tarjeta de servicios, además de realizar el pago de las entradas a los centros recreacionales y la consulta del estado de su petición desde la comodidad de su hogar, oficina o celular.

**Preguntas de primer nivel:** Orientación con información básica de los servicios de la Caja de Compensación que incluye la entrega de requisitos y/o formularios para acceder a los servicios, actualización de información y autorización de datos personales, horarios, líneas de atención telefónicas de las sedes, número de extensiones.


**Guías de información:** Base Única de conocimiento, en la cual los servicios consolidan la información del portafolio de servicios y beneficios de la Caja de Compensación, para que los canales de atención al usuario cuenten con información consistente, oportuna y de calidad para dar respuesta a nuestros usuarios.

## Contenido

1. Tratamiento a los comentarios en redes sociales
2. Tratamiento de las peticiones: Recepción y radicación de la petición
3. Tono de la conversación.
4. Protocolo de atención
5. Técnicas para aplicar el protocolo de atención en el canal de redes sociales
6. Definición de responsables.
7. Tiempos de respuesta.
8. Roles que aplican para el protocolo de atención en redes sociales
9. Buenas prácticas para la participación de los colaboradores en redes sociales

### 1. Tratamiento a los comentarios en redes sociales

El Comunnity manager (Operador externo) que se desempeña como administrador de la interacción

<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

con los usuarios, debe responder las preguntas de primer nivel referentes a programas, convenios, servicios de la Caja de compensación, publicaciones corporativas y EPS, tomando como base la información de los productos y servicios ofrecidos por la Corporación en el aplicativo Guías de información.

Además de compartir y promocionar programas o servicios, el canal de redes sociales también es una vía oficial por la cual las personas pueden interponer sus PQRSF y es responsabilidad del rol del Community Manager atender con oportunidad, claridad y calidez la solicitud brindando respuesta inmediata o escalándola al área pertinente a través del aplicativo C4C.

## **2. Tratamiento de las peticiones**

### **Recepción de la petición:**


Quien presente la petición o manifestación debe acreditar su condición de titular del dato para lo cual el Community manager realizará preguntas por mensaje interno de datos personales como número de identificación, nombre completo, fecha de nacimiento y/o fecha de expedición de su documento de identificación.

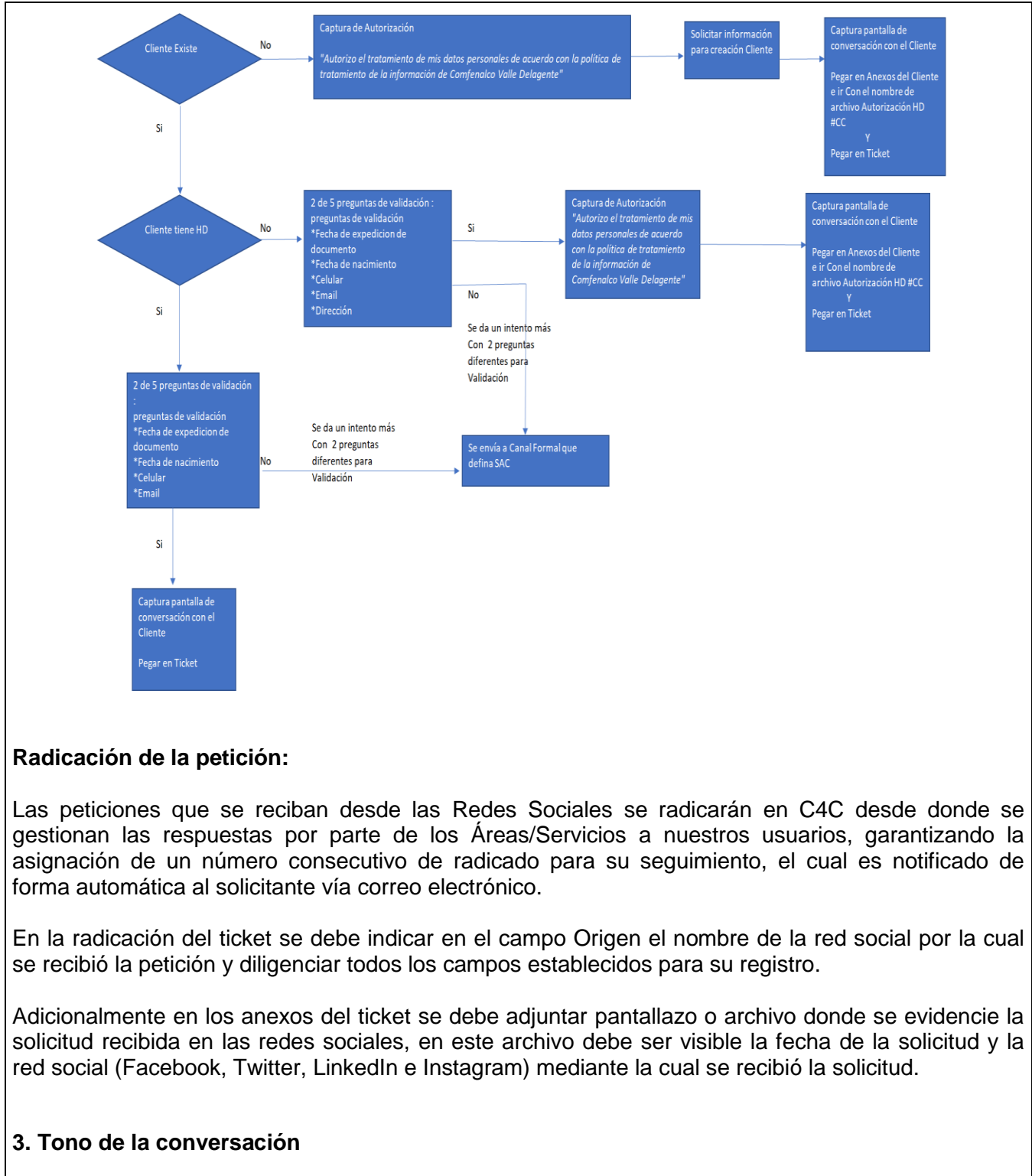
Sí la petición se hace en un comentario público, el Community debe solicitar a quien presente la petición escribir por mensaje interno, de lo contrario no se le podrá hacer la solicitud de los datos personales ya que algunas de las plataformas (Caso Facebook) no permiten escribir por mensaje interno hasta que el usuario sea el primero que escriba.

Cuando quien presenta una consulta o manifestación, no acredita debidamente su condición de Titular del dato o de tercero legitimado (causahabiente, apoderado del titular, beneficiario de estipulación por otro o a favor de otro), el Community manager deberá dar respuesta al peticionario indicándole la imposibilidad de responder su solicitud por falta de acreditación de su legitimación y remitiéndolo a otros canales de atención.

Una vez acreditada su condición de titular en ningún caso la petición podrá ser rechazada por motivos de fundamentación inadecuada o incompleta, dado el caso, se debe indicar al manifestante la información o documentación faltante para proceder a su radicación.

### ***Flujo validación habeas data:***

<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	




**Radicación de la petición:**

Las peticiones que se reciban desde las Redes Sociales se radicarán en C4C desde donde se gestionan las respuestas por parte de los Áreas/Servicios a nuestros usuarios, garantizando la asignación de un número consecutivo de radicado para su seguimiento, el cual es notificado de forma automática al solicitante vía correo electrónico.

En la radicación del ticket se debe indicar en el campo Origen el nombre de la red social por la cual se recibió la petición y diligenciar todos los campos establecidos para su registro.

Adicionalmente en los anexos del ticket se debe adjuntar pantallazo o archivo donde se evidencie la solicitud recibida en las redes sociales, en este archivo debe ser visible la fecha de la solicitud y la red social (Facebook, Twitter, LinkedIn e Instagram) mediante la cual se recibió la solicitud.

**3. Tono de la conversación**

<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

El tono de la comunicación en redes sociales como Twitter, LinkedIn, Facebook e Instagram está basado en la propuesta de marca vigente en el año, orientado siempre a la identidad corporativa, donde se busca comunicarse con los usuarios de una manera cercana, cálida, sencilla y servicial.

El lenguaje utilizado en medios sociales ha de resultar cordial y cercano, prefiriéndose la forma “tú” frente al “usted, pero sin caer en un lenguaje vulgar ni abusar de las abreviaturas, mayúsculas, signos de admiración.

Para todas las publicaciones realizadas en medios sociales se exigirá una buena redacción, clara y concisa, sin cometer faltas de ortografía. Hay que tener en cuenta que una redacción descuidada e incorrecta puede perjudicar gravemente la imagen de la Organización

#### 4. Protocolo de atención

Comfenalco Valle Delagente, define la siguiente estructura de respuesta para la atención de comentarios a través de Redes Sociales.

Es importante destacar que el protocolo está estipulado para el tono de comunicación, teniendo en cuenta eso, las respuestas variarán según la consulta o solitud del cliente, ya que se busca un mensaje personalizado que genere cercanía con los usuarios.


**Cuenta oficial en Twittwer @comfenalcovalle (280 caracteres):** Buenas tardes @lespinosa, gracias por seguirnos. Agradecemos nos escribas por mensaje directo.

Hola ¿Cómo estás? @SVmontes estamos pendientes de la mecánica de entrega y regulación por parte del Ministerio del Trabajo, apenas tengamos la ruta para aplicar la estaremos informado por todos nuestros canales de atención digitales

Hola, @FERHINOJOSA éstas son nuestras líneas para EPS, 3865300 opción 6 de Servicio al Cliente, Horario de atención de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 6:00 pm. y sábados de 7:00 a.m. a 12:00 p.m. o al celular 3223100398 de 7:30 am a 5:00 pm lunes a viernes. #QuedateEnTuCasa


Cuenta oficial en Facebook Comfenalco Valle: Natalia Guerrero Hola ¿cómo estás? Inscríbete aquí: [bit.ly/HipHop7Mayo](http://bit.ly/HipHop7Mayo). ¡Te esperamos! □ 2. Hola Elizabeth Torres ¿Cómo estás? Al finalizar el video se puede observar cómo queda decorada la botella. Te invitamos a registrarte con #DelaGenteenCasa y descubre más actividades que tenemos para ti aquí: [Boletasdelagente.com](http://Boletasdelagente.com) .


**Cuenta oficial en Instagram @comfenalcovalle :**Comfenalcovalle @layobwear hola ¿cómo estás? Recuerda que puedes agendarte con nuestros eventos desde casa en:[Boletasdelagente.com](http://Boletasdelagente.com)









<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

## 5. Técnicas para aplicar el protocolo de atención en el canal de redes sociales

- Filtrar el tipo de interacciones por temas. Con esto se podrá identificar los temas sobre los que más hablan las personas en nuestras redes sociales y las preguntas más comunes.
- Una vez detectados los temas más relevantes, realiza guías, ABC o documentos con preguntas frecuentes, estos recursos deben tener de forma concreta y clara la información, para que te sirva de insumo y así a dar respuesta al usuario.
- Para la respuesta, apóyate en piezas gráficas específicas o infografías con las preguntas o comentarios más comunes que realizan los seguidores de las redes. De esta forma, al entablar un diálogo con un usuario, se contará con gran variedad de recursos (Revisa Guías de información) y argumentos que resolverán de forma más amplia las inquietudes.
- Monitorea y evalúa el volumen de preguntas y comentarios de las personas a responder. Si el volumen es elevado, busca uno o dos espacios a la semana con horarios específicos para publicar las respuestas a los usuarios. Esto te permitirá programar las respuestas y no llenar su red social de comentarios fuera de contexto para los demás usuarios.
- Desde dispositivos móviles (celulares), en Twitter o Facebook, antes de publicar cualquier mensaje, revisa atentamente que esté ubicado en la cuenta de la Corporación. Esto, con el fin de evitar que dicho mensaje quede publicado en una cuenta personal.
- Igualmente, si se trata de una opinión personal, cerciérate de que ésta quede publicada en tu cuenta personal y no en la de la Caja de Compensación. Un error en este punto podría desatar una crisis comunicacional que requerirá un manejo especial.
- Si se presenta algún inconveniente con la administración de la cuenta en redes sociales que no se ha podido solucionar, el Community Manager debe reportar inmediatamente al área de Servicio al Cliente para iniciar la revisión técnica de la novedad.

MANUAL		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	


CIUDADANÍA

	<b>¿Cómo debe responder?</b>	
	OPINIONES Y COMENTARIOS	/Analizar + Responder ó Retwittear
	FELICITACIONES	/Analizar + Agradecer + Valorar + Retwittear
	CRÍTICAS CONSTRUCTIVAS	/Analizar + Valorar + Compromiso + Agradecimiento
	PREGUNTAS	/Analizar + Valorar + Responder
	<b>¿Qué no debe responder?</b>	
	CRÍTICAS DESTRUCTIVAS	/Analizar + Ignorar
	COMENTARIOS HOSTILES	/Analizar + Ignorar

**6. Definición de responsables**

Los responsables de atender los requerimientos derivados de Redes Sociales son:

- **Asuntos Corporativos:** Desarrollar contenido para redes sociales desde el enfoque de la comunicación publicitaria a nivel “Corporativo” no “Promocional, hacer seguimiento a las publicaciones, comentarios y respuestas por parte del proveedor.
- **Mercadeo:** Son los encargados de desarrollar contenido para redes sociales desde el enfoque promocional de los servicios de la Caja de Compensación
- **Operador externo:** Son los encargados dar respuesta a los usuarios en comentarios y mensajes internos.


**7. Tiempos de respuesta**

El Community Manager tiene la responsabilidad de responder los comentarios y mensajes internos recibidos en las redes sociales de la corporación. Los tiempos de respuesta al usuario son de máximo 15 min después de recibir la solicitud/mensaje.

La administración de las redes sociales de Comfenalco Valle Delagente se realiza de lunes a domingo por parte del operador externo.

Los horarios de respuesta son de lunes a viernes de 8:00 A.M. a 08:00 P.M. con una hora de almuerzo. y sábados y domingo de 08:00 am a 12: m



<b>MANUAL</b>		
Macroproceso: Servicio al cliente	Proceso: Atención al cliente	
Subproceso: N/A		
Manual: Manejo de Comentarios y Respuestas en Redes Sociales	Cod.: MNL-SAC-ATC-02	
Responsable del manual: Coordinador (SAC)	Fecha de actualización: 16/07/2021 Versión: 02	

## 8. Roles que aplican para el protocolo de atención en redes sociales:

Este protocolo aplica para todos los Communities Manager, con el rol interlocutor con los usuarios en las redes sociales de Comfenalco Valle Delagente, en articulación y monitoreo con el área de Asuntos Corporativos y Mercadeo.

## 9. Buenas prácticas para la participación de colaboradores en redes sociales

Para proteger la reputación de la Organización y del colaborador, se deben tener en cuenta las siguientes recomendaciones que nos permiten establecer conversaciones respetuosas y relevantes al momento de interactuar por las redes sociales sean propias o de la marca Comfenalco Valle Delagente.

1. Si está escribiendo sobre Comfenalco Valle Delagente o sobre un competidor, usa tu nombre real, identifícate que trabajas para nuestra Caja de Compensación y sé claro acerca de tu papel. Si tienes un interés personal en lo que estás discutiendo, sé el primero en decirlo.
2. Publica comentarios significativos y respetuosos; Omite y evita al máximo divulgar comentarios fuera de tema u ofensivos.
3. Asegúrate de que tus esfuerzos por ser transparente en redes sociales no vulneren la privacidad y confidencialidad de la información que manejas en tu área de trabajo o en tu vida personal.
4. Separa siempre tus opiniones personales de las de la empresa. Cuando lo hagas a título propio especifíquele a la audiencia tu relación con la Organización y evita comentarios negativos o inadecuados acerca de la marca.
5. Si te encuentras en una situación en línea en la cual mencionan la marca Comfenalco Valle Delagente y parece que se está volviendo conflictiva o representa una crisis digital para la Corporación, repórtalo al área de Servicio al Cliente para su respectivo tratamiento.
6. Si quieres escribir sobre la competencia, asegúrate de comportarte diplomáticamente, tener los hechos claros y contar con los permisos adecuados para hacerlo.
7. Recuerda que lo que publicas en redes sociales es ampliamente accesible para otros y estará disponible por mucho tiempo, así que considera publicar contenido de manera cuidadosa.