

Community Manager

Julio Cesar Calderón Franco

Diplomado community Manager

Universidad del Centro de México

El Community Manager ha generado muchas dudas en cuanto a qué lugar debe ocupar en la empresa, así como cuánto tiempo debe estar en la misma y funciones que debe realizar dentro de ésta.

Por lo tanto, vamos a definir el concepto Community Manager es aquella persona creativa, paciente y proactiva que genera contenido y construye comunicación con la comunidad y desarrollar empatía dentro de la misma, se encarga de la comunicación, de alimentar y en cierta forma atender las relaciones de la empresa en el ámbito digital.

Más adelante redactare la importancia el contar un Community Manager en cada empresa para realizar estrategias que mantenga el posicionamiento y el interés de los clientes o futuros clientes.

Palabras clave: community manager, creatividad, comunicación, redes sociales, posicionamiento.

INTRODUCCIÓN

Unos años atrás a la época en la que nos está tocando vivir, las redes sociales tuvieron gran importancia en nuestras vidas, siendo cada vez más necesarias para todas las facetas de la vida. Las redes sociales han modificado nuestra forma de relacionarnos con las demás personas, de buscar trabajo y de compartir información.

Así mismo las redes sociales han creado nuevas oportunidades de generar empleo. Por todo ello, no podía faltar una recopilación de éstas: Facebook, Instagram, Twitter, Tiktok, Google+, LinkedIn, Youtube, WhatsApp, Facebook Messenger, Snapchat, Pinterest, etc.

Hoy en día redes sociales dan el protagonismo a los usuarios y a las comunidades que estos conforman, la principal función de una red social es conectar personas dentro del mundo virtual, sea para construir nuevas conexiones sociales o solo para mantener las existentes.

Podemos clasificar las redes sociales en dos categorías:

Redes sociales horizontales

Su principal objetivo es simplemente favorecer las conexiones entre las personas. Las más importantes por su alcance en la comunidad virtual son las siguientes.

Facebook

Creada por Mark Zuckerberg, cuenta con millones de usuarios en todo el mundo, en sus inicios al rededor 2005 contaba ya con 6 millones de usuarios activos y a al 2020 tenía 2249 millones de usuarios activos. Además de tu perfil personal, Facebook ofrece la posibilidad de crear Páginas de Empresa, muy aconsejables si gestionas una marca o empresa, estas ofrecen como ventaja la personalización, con lo que podrás tener el nombre de la empresa o marca. Puedes insertar aplicaciones como una página de bienvenida, imágenes, vídeos, realizar sorteos, etc. Se pueden realizar anuncios o campañas, con un costo bastante accesible para todos los presupuestos.

Twitter

Jack Dorsey fundador de esta red social, ha experimentado un auge espectacular. Es un canal de comunicación excelente con los públicos, y permite el uso de palabras clave en forma de hashtags. Además, Twitter ha incorporado diversas formas de anunciarse, proporciona una muy agradable sensación de cercanía, posiblemente por el carácter tan ágil e instantáneo de la comunicación en este medio.

Redes sociales verticales

Aquí entran todas las redes sociales especializadas. Las hay profesionales, académicas, de video, fotografía, turismo, música, para conseguir pareja, etc.

Instagram

Fue desarrollado en San Francisco por su fundador: Kevin Systrom. Esta red social con millones de usuarios sirve para compartir imágenes y vídeos, aplicando filtros y consiguiendo de esta manera que una foto hecha con el móvil se convierta en una imagen profesional.

DESARROLLO

En el mundo de la comunicación, es raro encontrar a alguien que no haya oído hablar de un Community Manager. Esta función se está implementando, poco a poco, dentro de las empresas. La gestión de las comunidades virtuales y la comunicación en línea es un campo de futuro.

Un Community Manager además de conocer muy bien las redes sociales, debe tener una redacción impecable, habilidades de marketing y conocimientos análogos.

En este apartado se comparten algunas recomendaciones básicas sobre lo aprendido a lo largo del diplomado en Community Manager.

Tener una plantilla de redacción o grid de contenido, es de gran utilidad para manejar con mayor claridad las campañas que se busquen implementar en las diversas redes sociales ya mencionadas anteriormente.

En la tabla que aparece a continuación se encuentra los puntos con los que cuenta:

Plantilla redacción Grid de contenidos						
Palabras Clave / Pilares de Contenido	Título / Temática	Copy	Formato	Call action to	Marca -- Interés	Fecha
Seguridad a tu alcance	Prevenir los robos	Si emplea cámaras de seguridad en las entradas de su inmueble, podrá prevenir robos por lo general.	Infografía	Compra tu equipo	interés	15/11/2020
Prevenir robos en casa	Consejos para evitar robos en casa	Los modus operandi más comunes de los ladrones	Imagen	Solicita más información	marca	10/11/2020

Crear el Contenido

Para esto es bueno definir:

- Objetivos
- Mecánica de canales
- Tipo de contenido
- Métricas

Así como realizar las siguientes acciones:

Actualmente, existe la tendencia de crear los perfiles y dejarlos “abandonados”, es decir, no actualizar ni aportar nada, ni tampoco no contestar a los comentarios de los usuarios. Así no se logra ni fidelizar, ni crear comunidad. Se recomienda actualizar tu perfil de empresa varias veces al día. No obstante, el equilibrio es necesario: poco es malo, mucho también. Si se actualiza el perfil cada cinco minutos, y con información que no es de interés, se perderán seguidores. Hay que ponerse en el lugar del usuario e identificar dónde está el exceso. No se deben borrar el comentario negativo.

No es algo fácil, la labor del Community Manager es gestionar las críticas con información adecuada, pero nunca dar la espalda a un usuario borrando los comentarios u opiniones que tenga. En las redes sociales no se puede pensar que un solo individuo no es capaz de generar una crisis: cada usuario ha de ser tratado con suma importancia. Usa siempre el tono más adecuado, correspondiente a la estrategia de comunicación. Sigue una regla general: firme y amable. Contesta de manera cordial y nunca insultes a un usuario. Se da el seguimiento y se publica como quedaría la resolución de ese inconveniente o área de oportunidad que se pudiera tener.

Es bueno realizar dinámicas, regalos a cambio de acciones, por ejemplo, dejar comentarios, compartir, utilizar el hashtag, etc.

Todo esto te va ayudar a generar identidad, imagen y reputación en las redes sociales.

CONCLUSIÓN

Se preguntarán entonces que redes sociales utilizo, como lo vimos anteriormente es importante definir las estrategias y los objetivos que quiere alcanzar.

Este diplomado de Community Manager me fue de gran ayuda ya que no tenía el conocimiento de muchas de las opciones que tiene las diferentes redes sociales en estos momentos. Todos los conocimientos que obtuve me parecen de gran utilidad ya que en la actualidad y más en la situación que estamos viviendo por COVID 19 se debe de tener este

tipo de conocimientos para poder innovar tu marca o empresa.

Es importante destacar que se necesita mayor creatividad y de una buena estrategia para poder posicionar bien una marca en redes sociales, crear una buena campaña y así poder llegar al objetivo. Así como seguir practicando y conociendo las nuevas aplicaciones o herramientas de cada red social y llevarlas a la práctica.

Lo que si me queda claro es que todas las empresas sin importar que sean pequeñas o grandes deben de tener presencia en redes sociales porque ya se ha comprobado que es la manera efectiva de llegar a más clientes, que es rentable, que muestra mayores métricas y buenos resultados para así potencializar su marca o empresa.

Estoy satisfecho con el diplomado y los aprendizajes obtenidos, me siento preparado para poner en práctica los conocimientos adquiridos, así mismo agradecer los conocimientos que me compartieron a Lic. Julieta Partida y al Lic. Alan Frago a mis compañeros, aunque todo fue de manera virtual fue muy agradable vivir esta nueva experiencia.

REFERENCIAS

Cruz, A. (24 de 01 de 2020). *Redes Sociales*. Recuperado el 2020 de 12 de 15, de rdstation: <https://www.rdstation.com/co/redes-sociales/>

GARRIDO, I. (17 de 08 de 2018). *Quiénes son los creadores de Twitter: alianzas y traiciones en la red social*. Recuperado el 16 de 12 de 2020, de marketing4ecommerce.

Lavagna, E. (23 de 07 de 2020). *¿Qué es Instagram, para qué sirve y cuáles son las ventajas de esta red social?* Recuperado el 16 de 12 de 2020, de <https://webescuela.com/>: <https://webescuela.com/que-es-instagram-para-que-sirv>

Rubín, R. (22 de 05 de 2020). *Qué es Twitter, cómo funciona y qué te puede aportar esta red social*. Recuperado el 16 de 12 de 2020, de <https://www.ciudadano2cero.com/>: <https://www.ciudadano2cero.com/twitter-que-es-como-funciona/>