

Community Manager

Características básicas para destacar en tu equipo de marketing digital.

Índice de Contenidos

| | |
|-------------------|---|
| Intro | 3 |
| Definición | 4 |
| Responsabilidades | 5 |
| Herramientas | 8 |
| Enhorabuena | 9 |



Intro

¡Buscadores!

De nueva cuenta les queremos hacer llegar nuestro más afectuoso saludo.

¿Estás por embarcarte en el mundo de las redes sociales o ya estás navegando contra viento y marea?

En **Buscando Marketing**, el compromiso es que crezcan con nosotros.

Sin mayor preámbulo, les compartimos con mucho cariño esta guía que será la base para poder entender mejor qué hace la persona que es elegida como Community Manager.

¿Están listos?

Definición

¿Qué es un Community Manager?

Se conoce como Community Manager a un(a) profesional encargado(a) de:

- Construir
- Gestionar
- Mantener

La comunidad en línea de una empresa, marca, producto o persona en sus múltiples plataformas de redes sociales existentes.

Aunque comparte algunas similitudes con roles como el Social Media Manager y el Content Manager, tiene un enfoque más específico en la gestión de la interacción y participación de la comunidad.

Según Indeed, el sueldo base promedio en México para un Community Manager oscila entre se encuentran en **\$14,923** pesotes mexicanos.



Responsabilidades

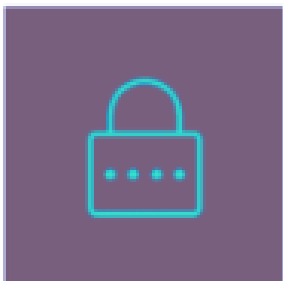
Así como resaltamos en nuestra Guía de Social Media Manager (¿todavía no la tienen?) la importancia de saber diferenciar las posiciones dentro de un equipo de marketing, es fácil caer en duplicar o repetir actividades.

Esto desemboca críticamente en un descontento de las partes involucradas cuando todos somos parte del todo (sí, sabemos que entendieron).

El centro del trabajo de un Community manager es la interacción directa con la audiencia y la gestión de la comunidad en línea.

Un desglose claro de sus principales actividades, se les presenta a continuación:

Interacción y Compromiso



Un Community Manager se centra en interactuar directamente con la audiencia a través de:

- Comentarios
- Mensajes privados
- Otras formas de comunicación en línea

Buscando mantener en alto grado la credibilidad del negocio que representa.

Gestión de Comentarios y Quejas



El manejo de crisis requiere de una especialización en el perfil de quien resulte elegido(a) Community Manager, ya que el núcleo de su conocimiento le debe permitir:

- Contener
- Revertir
- Sacar provecho

De situaciones y conflictos que potencialmente puedan afectar a la comunidad de seguidores.

¿Tienen lo que se requiere para sobresalir en este punto?



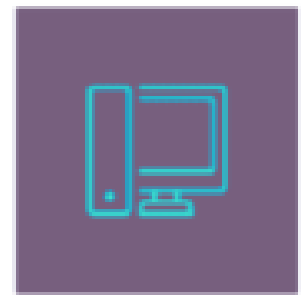
Fomento de la Participación

La creación y promoción de contenido debe de estar también orientada a que la comunidad no solamente se integre, sino que participe y brinde ideas a la marca, para después pasar a las diversas estrategias de recompensa y retargeting que existen.

Anímense a ser diferentes, ¡porque únicos ya lo son!

La construcción de relaciones sólidas con seguidores, detractores y diferentes miembros de la comunidad, se debe de enfocar en crear un ambiente:

- Positivo
- De provecho
- O simplemente definir si se informa o se entretiene



Creación de Relaciones Duraderas

Ya que la comunicación se convierte de ida y vuelta, fungiendo el Community Manager como puente entre la empresa o marca que representa y su comunidad.



Reportes

Nadie se salva de los métricos.

No lo intentes. El crecimiento se da fuera de lo que controlan, Buscadores.

El comunicar comentarios y tendencias de la comunidad a los diversos elementos que conforman su equipo de marketing, se debe realizar con toda la intención de influir en estrategias y mejoras para la misma marca, pero también para el equipo.

Herramientas

Y por supuesto, no podían faltar todas aquellas inteligencias artificiales, plataformas y softwares que nos hacen sacar lo mejor de nosotros.

Nada como aprender a manejar algo y ser bueno en ello, ¿cierto?

Gestores de Redes



Google Analytics



Según Zapier, la mejor herramienta de para gestión de redes es **Buffer**, aunque no descarta a todas las otras plataformas que no cuenta con plan gratuito disponible.

Enhorabuena

¡Buscadores!

En este mundo de las redes sociales, no olviden de ser ustedes mismos.

Crean en ustedes como nosotros lo hacemos en **Buscando Marketing.**

Y su crecimiento como Community Managers no tendrá techo.

Muchos antes de ustedes pudieron, otros lo están logrando, y otros tantos lo lograrán más adelante.

Para nosotros, ustedes son los mejores, ¡no dejen que nadie les haga sentir lo contrario!



buscando marketing

— TIJUANA —

