



Antes de responder a la pregunta: ¿Necesito un community manager?, debemos saber quién es.

Un Community Manager es un profesional que construye, comunica y gestiona la identidad e imagen de tu marca, en las comunidades de internet, para fidelizar a tu audiencia. Es el vocero principal de tu proyecto.

¿Acaso no basta con publicar de vez en cuando en mis redes sociales?, si me funciona, subir "gatitos" ¿por qué no seguir así, si tengo muchos "me gusta"?

Lo más recomendable es que no, podrías no llegar a la audiencia que quieres. La labor de gestionar tus comunidades o redes sociales, más concretamente, es delicada, por lo que no debería estar en manos de alguien que no comprenda tu marca, que no sepa como comunicar lo que quieres o que no conozca el lenguaje del medio en el que quieres estar.

Pero, ¿qué debería hacer con mis redes sociales entonces?

El primer paso es definir la audiencia a la que quieres llegar, no basta con definir edad, género, hay que saber lo que necesita, lo que "le duele" y ofrecerle una solución a esto.

Muy probablemente si tu proyecto es católico, no verás como "competencia" (las marcas comerciales si ven así), a los otros proyectos, pero deberás analizarlos para explorar aquellas áreas que estos proyectos no han abarcado, te pueden ayudar a encontrar tu diferenciador. Por ejemplo, el proyecto de mi vecino está dirigido a señoras católicas que están muy comprometidas, pero detecto que estas señoras todas son madres de familia que tienen hijos adolescentes a los que este proyecto no les habla, ¡ahí es donde puedes entrar tú!

Una vez analizada esta audiencia que ya hemos encontrado o definido, debemos establecer claramente los objetivos.

¿Debo estar en todas las redes sociales?

Un CM te podrá ayudar a decidir en que redes sociales debe estar tu marca para poder llegar a la audiencia deseada, ya que no todas las redes sociales son para todas las marcas o todos los proyectos.

Las redes sociales tienen distintos funcionamientos y formas de mandar el mensaje, así como de interactuar con el contenido, por lo que cada una debe tener una planeación distinta.

El día a día de las redes sociales, es escuchar y atender a tus comunidades, para comunicar tu mensaje, brindarles contenido de valor, fortalecer la comunidad, fidelizar o evangelizarlas y evitar que se generen crisis de comunicación o reputación y si suceden, apagar "los fuegos" antes de que crezcan.

La medición es el paso que reinicia el ciclo, ya que conociendo como funcionan las estrategias, se pueden modificar, fortalecer o cambiar, para hacer efectiva la comunicación con tu comunidad.

Esto es a grandes rasgos lo que debemos hacer con tus redes sociales, pero entonces, ¿cuáles son las funciones de un community manager?

Algunas de las funciones del community manager son:

- Diseñar estrategias
- Gestionar comunidades
- Medir para generar mejoras
- Escucha activa
- Atención a la audiencia
- Atender crisis de reputación

En pocas palabras un Community Manager, es aquella persona que va a darle voz y vida a tu marca, por lo que si tienes un proyecto en internet y quieres crear y fortalecer una comunidad, Si necesitas un profesional en redes sociales, un Community Manager.