



# Community Manager

Optimización de la comunicación digital





## ¿Por qué ser Community Manager?

Las empresas y las organizaciones recurren cada vez más a la comunicación digital para poder llegar a sus públicos objetivos y también a posibles clientes. Es por ello que necesitan de personas que sean capaces de atender esta demanda y que puedan generar contenidos para captar a los públicos objetivos desde la comunicación digital.

The background of the slide is a dense, overlapping collage of various social media icons. Recognizable icons include Facebook (blue 'f'), Twitter (blue bird), LinkedIn (blue 'in'), YouTube (red play button), and others. The icons are in various colors and orientations, creating a vibrant, digital-themed texture.

# Objetivo del curso

Incorporar conocimientos de redes y herramientas para poder llevar adelante una campaña comunicacional para una organización en el campo digital.



# Módulos del curso

## Módulo 1: Introducción a las Redes sociales y a la comunicación digital

- La web 2.0.
- Nuevas necesidades en las empresas
- Nuevas soluciones: el community manager (CM)
- Principales redes sociales

## Módulo 2: El perfil del community manager

- Rol y responsabilidades del CM
- Definición de objetivos
- Construcción de marca
- Medición de resultados e Impacto
- Tecnologías aliadas

## Módulo 3: La tarea del community manager

- Diseño de una estrategia
- Branding
- Resolución de situaciones críticas
- Tareas diarias
- Optimización del tiempo

## Módulo 4: Guía de estilo y normas de uso.

- Ideas para contenidos.
- Práctica y aplicación sobre casos reales.



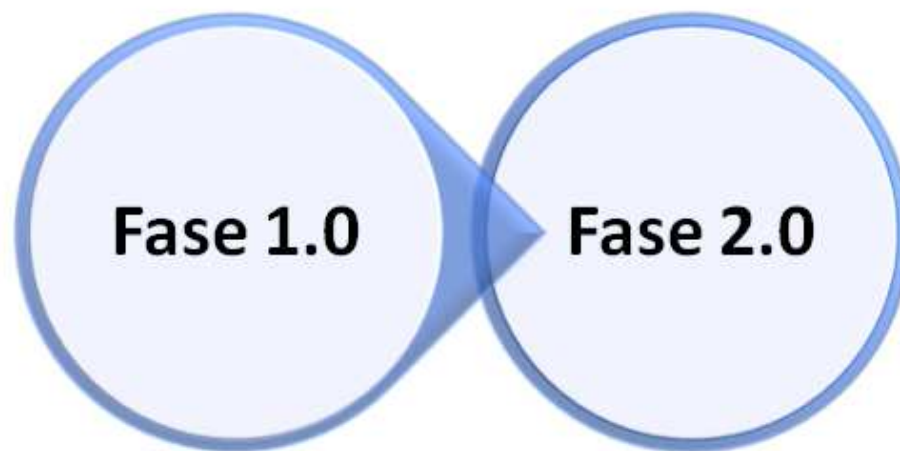


# Módulo 1: Redes sociales y comunicación digital





# La web 2.0



- El usuario sólo tenía acceso a la información como receptor, sin posibilidad de participar en la creación de contenidos.

- El usuario puede interactuar con los contenidos de páginas dinámicas, ya sea creándolo o comentando, expresando opiniones, recibiendo información de otros usuarios y compartiendo contenidos.

Hoy protagonizamos una revolución digital que impacta fuertemente en nuestros hábitos y el modo de comunicarnos.

Durante las últimas décadas, las funcionalidades y posibilidades que ofrece internet han ido evolucionando, primero con la Web 1.0 y actualmente con la Web 2.0.

# La web 2.0



**Lo que denominamos Web 1.0 y 2.0 se define como las fases evolutivas que ha sufrido Internet en sus años de historia.**

# La web 2.0

¿Recuerdas algún cambio durante los últimos años que haya impactado en tus forma de comunicarte en la web?





# La web 2.0

## Las Redes Sociales



En el centro de la Web 2.0 se encuentran las Redes Sociales.

Se trata de aplicaciones Web destinadas a construir o reflejar relaciones sociales entre personas, que permiten compartir información y contenido entre ellas. Son el reflejo de las redes de contactos que se establecen en la vida real y a ese hecho se le debe gran parte de su éxito, ya que ayuda a las personas a construir y mantener lazos que tienen con las personas de su entorno.

# La web 2.0

## ¿Cómo afectan estos cambios a las empresas?

Esta realidad afecta también a las empresas, que han visto en los Medios Sociales y más concretamente, en las Redes Sociales, vías de comunicación e interrelación con sus clientes y potenciales clientes, basándose en relaciones directas y acercando la realidad empresarial a sus públicos.



**A las empresas no les basta con adaptarse al cambio, es necesario liderarlo y explotar los recursos que nos trae la Web 2.0.**



# Nuevas necesidades en las empresas

## Cambios organizacionales y comunicacionales

Las empresas han cambiado y sus modos de comunicación también. Las comunicaciones internas y externas conforman una red multidireccional que ya no se controla desde un solo lugar, ni desde el interior de la organización.

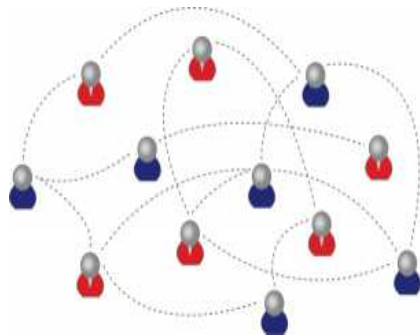
Las empresas ya no son las únicos que producen información como sucedía con los medios tradicionales (televisión, la prensa y la radio).

La web 2.0 permite que los usuarios puedan opinar sobre cualquier aspecto relacionado con una empresa, lo que constituye una información valiosísima para saber de primera mano qué se está haciendo bien o qué se puede mejorar. Esto permite optimizar muchos aspectos de la organización.

Me gustó mucho el servicio de la empresa. Voy a publicarlo en Facebook!



# Nuevas necesidades en las empresas



**Si se comprende el funcionamiento de la red multi-comunicacional y se adquieren las herramientas para manejar las comunicaciones, pueden verse rápidamente resultados de gran impacto.**



# Nuevas necesidades en las empresas

## Pieza clave

¿Quién comprende el funcionamiento de la red multi-comunicacional?

Es el Community manager (CM) quien adquiere un rol fundamental en este contexto. El CM no solo debe comprender el funcionamiento de la red, también debe manejar las herramientas necesarias para mantener comunicaciones fluidas y duraderas.



## Pero no la única pieza...

La dinámica social de la empresa depende del CM, pero también es importante el rol de la dirección de la empresa quien debe poder identificar las oportunidades de negocio en la red.

Por eso deben saber que tienen ante sí un arma muy poderosa, que puede hacer mucho por el crecimiento de la empresa... o jugar en su contra.

Es importante que se definan objetivos claros con los directivos de la empresa y que éstos estén atentos a escuchar las comunicaciones que surgen de la interacción con los usuarios para provocar cambios internos y externos a la organización.

# Nuevas soluciones: el community manager (CM)

El trabajo del CM consiste en **reforzar la comunicación y la sociabilidad de la empresa**, tanto entre los propios empleados como con los clientes y consumidores externos.



El primer desafío que debe afrontar una persona que decide convertirse en CM es vencer las barreras que impiden que los usuarios se relacionen de forma óptima, al mismo tiempo que aprender cuáles son las mejores técnicas y herramientas para hacerlo.

De lo que se trata es de descubrir cómo ser más sociable a través de prueba y error, analizando qué es lo que mejor funciona a la hora de relacionarte.



# Lecturas recomendadas



Este libro es una guía para entender las implicancias del impacto de internet en el mundo empresarial.

Escuchar y, sobre todo, conversar y relacionarse con los clientes a través de las tecnologías sociales supone una transformación total de la cultura corporativa de la empresa, lo que muchos directivos consideran, equivocadamente, una odisea.

En este contexto de transformación sin retorno en el que nos adentra la evolución de internet, las empresas deberían empezar a familiarizarse con las particularidades de todas las tecnologías sociales para entender qué está pasando en la sociedad y hacia dónde nos llevan las futuras innovaciones tecnológicas.

# Principales redes sociales

Las redes sociales forman parte de los Medios Sociales y poseen características particulares. Los Medios Sociales son plataformas de comunicación Online donde los contenidos son creados por los propios usuarios mediante el uso de las tecnologías y la filosofía de la Web 2.0, que fomentan y facilitan la edición, la publicación y el intercambio de la información.

**FOROS**

**WIKIS**

**BLOGS**

**REDES SOCIALES**



# Principales redes sociales

## FOROS

- Aplicación Web que da soporte a discusiones y opiniones en línea. Fueron las primeras páginas de participación en la red. Las empresas lo utilizan para conocer directamente las opiniones de los usuarios, generar tráfico a su página Web, para obtener posicionamiento y comenzar debates sobre temas en los que es experto.

## WIKIS

- Plataforma Web destinada a la creación, intercambio y revisión de información de forma fácil y automática. Los usuarios de un wiki pueden generar, modificar y borrar el mismo texto que comparten con otros usuarios, añadir enlaces, fotos, etc. sin necesidad de tener conocimientos informáticos.

## BLOGS

- Sitios Web actualizados periódicamente que recopilan cronológicamente textos o artículos donde el autor tiene la libertad de publicar lo que crea pertinente. Son poderosas herramientas de comunicación global que en muchos casos imponen temas que los medios tradicionales no tratan o filtran.

## REDES SOCIALES

- La filosofía 2.0 que subyace en cada una de las redes sociales existentes y es el convertir al ciudadano en generador de contenidos. En consecuencia, la manera en la que las marcas se relacionan con sus clientes ha cambiado totalmente, dejando de ser la comunicación unidireccional y pasar a ser bidireccional.

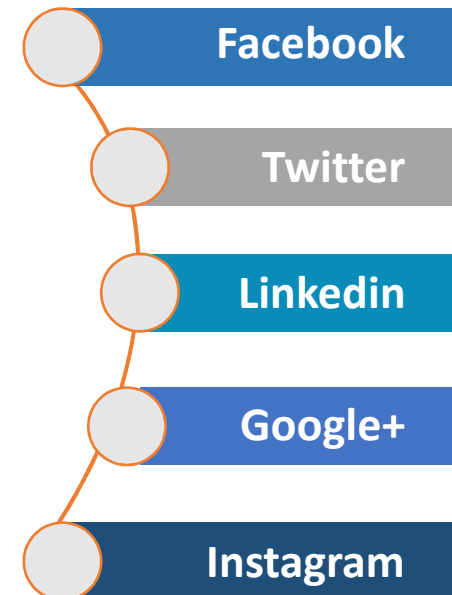
# Principales redes sociales

Como hemos visto, las redes sociales son aplicaciones Web destinadas a construir o reflejar relaciones sociales entre personas, que permiten compartir información y contenido entre ellas.

Además, permiten que usuarios de todo el mundo se contacten, sin que las barreras geográficas sean impedimento.

Tienen gran potencial viral, haciendo que en pocas horas la información de impacto sea conocida en todo el globo.

De acuerdo a estas características hemos seleccionado las principales redes sociales que deberás manejar a la perfección como Community Manager. A continuación se describe cada una de estas.



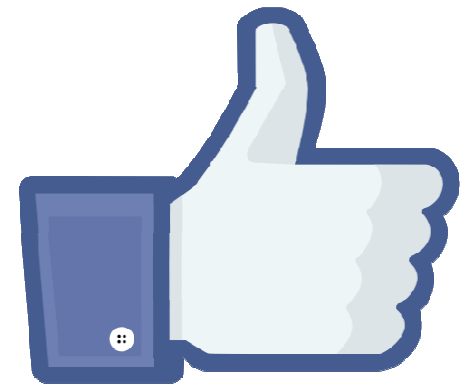


# Principales redes sociales

## Facebook

Es la red social por excelencia. Actualmente es la herramienta de comunicación más utilizada en el mundo y un referente cuando se habla del éxito y del futuro de la red. Se ha impuesto al resto gracias a las posibilidades que ofrece para crear comunidades a partir de gustos y sentimientos.

La principal fortaleza de Facebook radica en los millones de usuarios que utilizan la red, conectando a personas alrededor de todo el planeta. Para conocer las principales características presiona los recuadros.



A background collage of various social media icons, including Facebook, Twitter, YouTube, and others, in different colors and sizes, creating a vibrant and busy pattern.

# Principales redes sociales

## Facebook

### Lista de amigos

En ella puedes agregar a cualquier persona que conozcas y esté registrada, siempre que acepte tu invitación. En Facebook puedes localizar a amigos con quienes perdiste el contacto o agregar a otros nuevos con quienes intercambiar fotos o mensajes. Para ello, el servidor de Facebook posee herramientas de búsqueda y de sugerencia de amigos.

### Grupos y páginas

Es una de las utilidades más usadas, porque permite reunir a personas con intereses comunes. En los grupos, los usuarios pueden compartir fotos, videos o mensajes. En cambio, en las páginas creadas con fines específicos, no hay foros de discusión; más bien están encaminadas hacia marcas o personajes específicos. Los grupos también tienen sus normas, como la prohibición de aquellos que incitan al odio y faltan al respeto de las personas. A menudo Facebook no puede controlar que todos los grupos cumplan con estas normas, por lo que es posible denunciar a aquellos que incumplen sus condiciones de uso.



A collage of various social media icons including Facebook, Twitter, YouTube, and others, arranged in a dense, overlapping pattern.

# Principales redes sociales

---

## **Facebook**

### **El muro**

Es un espacio que permite que tanto los usuarios como sus amigos escriban mensajes para que todos los lean. Sólo es visible para los usuarios registrados en la red. Permite añadir imágenes y poner cualquier tipo de logotipos en la publicación. Una mejora llamada supermuro permite incrustar animaciones flash, entre otras opciones.

### **Configurar privacidad**

Lo primero que debes hacer como usuario de Facebook es configurar la privacidad de tu cuenta y, en especial, de tus contactos. De ello dependerá una buena parte de tu reputación, independientemente de si usas Facebook como red personal o profesional. Puedes tardar unos 45 minutos en configurar todo, pero bien valen la pena.



# Película recomendada: La red social

The social network (La red social en España) es una película que narra la historia de Facebook, cuando en el año 2003 Mark Zuckerberg, entonces estudiante de la Universidad de Harvard, tuvo la idea de crear un sitio web para calificar el atractivo de sus compañeras de universidad después de que su novia terminara con él.

Una historia que tuvo conflictos, avances y retrocesos pero que logró transcender las barreras de la universidad y ser un fenómeno mundial. Como todos sabemos, el éxito de Facebook es arrollador y hoy tú puedes aprovechar su potencial en beneficio de tus clientes.





# Principales redes sociales

## Twitter

Es una red social que invita a la conversación, sobre todo entre aparatos móviles (smartphones y tabletas). Está basada en el microblogging y, desde que fue creada en 2006, ha obtenido gran popularidad.

\*Microblogging: es un servicio que permite a sus usuarios enviar y publicar mensajes breves, generalmente solo de texto.



A background collage of various social media icons, including Facebook, Twitter, YouTube, and others, in different colors and sizes, creating a vibrant and busy pattern.

# Principales redes sociales

## Twitter

### Funcionamiento

Twitter permite enviar mensajes de texto con un máximo de 280 caracteres. Estos mensajes se conocen como tuits, y se muestran de forma cronológica en la página principal del usuario. Los distintos usuarios pueden suscribirse a los tuits de otros; a esto se le llama seguir, mientras que a los suscriptores se les llama seguidores (o followers). Por defecto, todos los mensajes son públicos, pero también pueden difundirse privadamente para que sólo los vean los seguidores.

### Aplicaciones

No hace falta que utilices Twitter desde la página oficial. Hay decenas de aplicaciones libres desde las que puedes tuitear de forma mucho más fácil y cómoda, lo que te va a permitir obtener unos parámetros de productividad bastante mejores.

# Principales redes sociales

## Google+

### Círculos

Función que te permite organizar de forma muy vistosa todos tus contactos en grupos, con uso paralelo de otros productos y servicios de Google. La configuración de privacidad te permite ocultar o mostrar a los usuarios que desees. Todo se realiza a través de una cómoda interfaz de arrastrar y soltar. Los círculos reemplazan la típica lista de amigos utilizada por Facebook.

### Quedadas

Se trata de lugares virtuales en los que se puede videochatear en grupo con un máximo de diez personas.





A background collage of various social media icons, including Facebook, Twitter, YouTube, and others, in different colors and sizes, creating a vibrant and busy pattern.

# Principales redes sociales

---

## **Google+**

### **Carga instantánea**

Te permitirá almacenar fotos o videos en un álbum privado, que podrás compartir más tarde en dispositivos móviles con Android.

### **Intereses**

Es perfecto para que puedas identificar los temas que pueden interesar a tus contactos; además, te mantiene informado sobre los temas de tu propio interés.

### **Novedades**

Podrás ver las actualizaciones de tus contactos, añadir las tuyas propias o utilizar iconos para compartir fotos y videos. Puedes configurar las novedades para que sólo muestren los mensajes de los círculos que quieras.

A background collage of various social media icons, including Facebook, Twitter, YouTube, and others, in different colors and sizes, creating a vibrant and busy pattern.

# Principales redes sociales

---

## **Google+**

### **Botón +1**

Es una opción que te permite recomendar contenidos a los demás.

### **Integración**

Google+ ofrece la integración con otras aplicaciones de la casa, como Gmail, el Calendar o los Docs.

### **Mensajes**

Sirve para que puedas comunicarte con tus contactos usando mensajería.

A collage of various social media icons including Facebook, Twitter, YouTube, and others, arranged in a dense, overlapping pattern.

# Principales redes sociales

## Linkedin

Linkedin es una red social de corte profesional fundada en 2002. En un principio buscaba que sus miembros hicieran negocios, pero luego, como siempre pasa, sus usuarios fueron definiendo el uso que le daban. En realidad, Linkedin se parece a Facebook, pero se nota desde el principio que está muy orientada a todo lo que tiene que ver con el mundo del trabajo. Los contactos que se crean, por ejemplo, tienen siempre una intención profesional.

Utiliza esta red como centro de gestión de contactos cuando tu plan de trabajo esté muy relacionado con un sector profesional. Los grupos de esta red permiten interactuar con personas que poseen intereses profesionales comunes, lo que siempre resulta muy útil.

Independientemente de que seas CM o un profesional de cualquier otro tipo, los usos principales que puedes dar a esta red se desarrollan en los cuadros.



# Principales redes sociales

## Linkedin

### **Demostrar conocimientos**

Linkedin posee una función llamada respuestas que te permite dar solución a las preguntas que otros usuarios plantean. Es además una excelente forma de crear redes de negocios.

### **Crear encuestas**

Puedes diseñar y enviar encuestas a tus contactos de primer grado gratuitamente y destacarlas en tu página de perfil usando la aplicación Linkedin encuestas. Gracias a esta función, puedes realizar rápidas investigaciones de mercado en tu propia red. Por una modesta cantidad también puedes enviar tu encuesta a una porción objetiva de los millones de miembros registrados de Linkedin.



A collage of various social media icons including Facebook, Twitter, YouTube, and others, arranged in a dense, overlapping pattern.

# Principales redes sociales

---

## Linkedin

### **Recomendar y ser recomendado**

Aunque no es una opción muy popular, sigue siendo muy útil para dar y obtener credibilidad.

### **Construir marca**

También puedes incluir a tu empresa en el directorio de organizaciones de LinkedIn. Puedes conectar tu perfil y los de los miembros de tu equipo al listado y ofrecer actualizaciones y novedades. Otros profesionales pueden seguir tus actualizaciones proporcionándote la oportunidad de influenciar al target que desees.

## Instagram

Es una red social y aplicación para subir fotos y videos cortos. Aunque la función central de Instagram es la fotográfica, su objetivo no son las fotos en sí mismas, sino socializarlas y compartirlas en las redes sociales.

Es una de las redes sociales que más crecimiento ha tenido y una de las aplicaciones más descargadas.



Instagram



The background of the slide is a dense, colorful collage of various social media and technology icons, including the Twitter bird, Facebook 'f', YouTube play button, and others. A solid black horizontal bar is positioned at the top of the slide, just below the icon collage.

## **Instagram**

### **Aplicación**

Los usuarios tienen la posibilidad de aplicar efectos fotográficos que permiten transformar las fotografías que se toman. La imagen final se puede compartir en muchas redes sociales tales como Facebook y Twitter entre otras, e incluso enviar a través del correo electrónico. También se pueden procesar y compartir fotos que se tomaron en otro momento.

Además, pueden incluir algunos hashtags a las instantáneas tomadas, para que todos los interesados en el tema que retrate puedan encontrarla y hacer comentarios.

Instagram permite interactuar de forma muy cercana con perfiles de celebridades del momento y marcas importantes dando a conocer sus novedades de forma directa y visual a seguidores y clientes habituales.

A background collage of various social media icons including Facebook, Twitter, YouTube, and others, arranged in a dense, overlapping pattern. A solid black horizontal bar is positioned at the top of the slide, just below the icon collage.

## **Instagram**

### **Funcionamiento**

Para comenzar a utilizar Instagram se debe obtener la versión gratuita desde el Apple Store o Google Play y registrarse en la red Instagram, para luego comenzar con una búsqueda de amigos en Facebook y otras redes sociales que ya tienen una cuenta en esta red (Instagram).

Para compartir una fotografía, se activa la cámara en el dispositivo móvil, tomando una fotografía o seleccionándola desde la galería de fotos. Luego se pueden aplicar diversos filtros, incluir una descripción de la fotografía, agregar etiquetas relacionadas con la imagen y mencionar a personas.

Finalmente se puede compartir la foto a través de Instagram con la mayoría de las redes sociales.

# Principales redes sociales

**Teniendo en cuenta las características que distinguen a las redes sociales ¿Por qué crees que Twiter es una red social?**





# Se busca Community Manager

Te invitamos a visitar algunos sitios de ofertas de empleo para analizar cuáles son las búsquedas actuales para Community Manager. Selecciona una búsqueda en cada sitio:

- [www.zonajobs.com.ar](http://www.zonajobs.com.ar)
- [www.bumeran.com.ar](http://www.bumeran.com.ar)
- [www.computrabajo.com.ar](http://www.computrabajo.com.ar)

Luego te proponemos que contestes las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles son los requisitos para ocupar los puestos?
- ¿Qué habilidades de las solicitadas poseo?
- ¿Qué debería aprender para acceder al puesto?



Cada búsqueda laboral es un nuevo desafío que podemos superar si nos focalizamos en seguir aprendiendo.

# Repaso de temas

En este primer módulo tuvimos un primer acercamiento a los principales conceptos que se relacionan con la tarea del Community Manager.

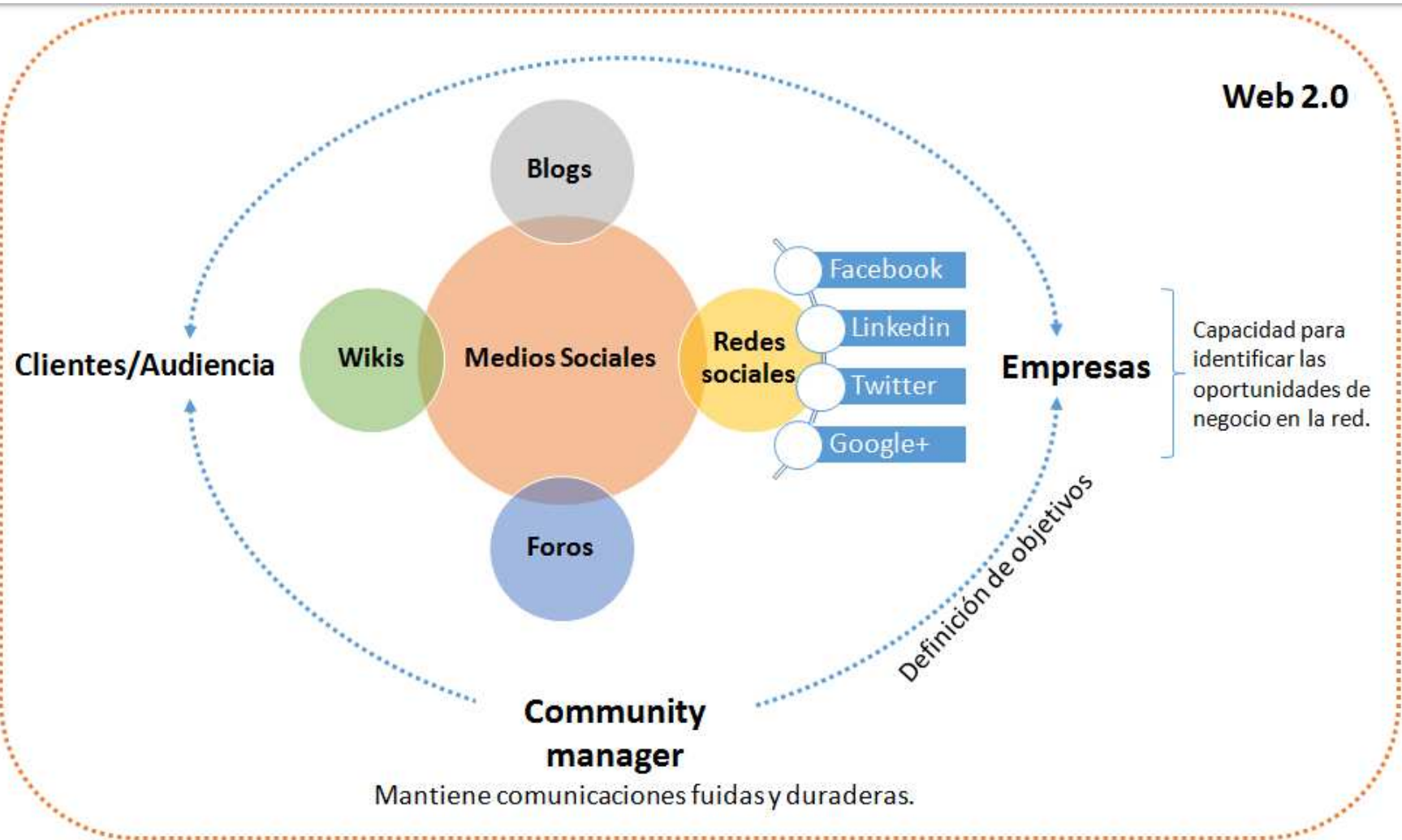
Partimos desde la web 2.0 y el abanico de posibilidades se abrió, recorriendo todas las posibilidades que los medios sociales ofrecen, reconociendo en las Redes Sociales un gran potencial para propiciar las comunicaciones entre las empresas y sus clientes.

A partir de este recorrido se desarrolla el mapa conceptual que se muestra en la próxima pantalla. Te invitamos a recorrer sus elementos y a pensar en cada una de las relaciones allí establecidas.

## **Módulo 1: Introducción a las Redes sociales y a la comunicación digital**

- La web 2.0.
- Nuevas necesidades en las empresas
- Nuevas soluciones: el community manager (CM)
- Principales redes sociales

# Repaso de temas





# Próximo Módulo

Para cerrar el cursado del primer módulo deberás responder las preguntas del cuestionario disponible en la plataforma educativa.

En el próximo encuentro nos centraremos en el perfil de Community Manager y en las herramientas que debes manejar a la perfección.

**¡Hasta la próxima!**

## Módulo 2: El perfil del community manager

- Rol y responsabilidades del CM
- Definición de objetivos
- Construcción de marca
- Medición de resultados e Impacto
- Tecnologías aliadas