

2.6 Cómo crear una comunidad virtual

Los siguientes pasos son claves porque funcionan mejor a la hora de crear y gestionar correctamente alguna comunidad virtual:

- **Paso 1: Definir un tema de interés.** Para conseguir la idea precisa de una comunidad, es vital la inclusión de los miembros oportunos en ella. Se deben alistar a los clientes correctos para entregarles instrucciones acerca de los objetivos de la comunidad; no es una tarea fácil y puede ser tediosa. Es vital crear primero un grupo de interés con el fin de conseguir los conocimientos precisos que ayuden a la empresa y a la elección de una base general de clientes. Luego, cuando se cree la comunidad virtual, se debe asegurar la identificación del público objetivo general al cual se deberá mantener interesados frecuentemente.
- **Paso 2: Establecer la duración.** Se debe establecer la duración de la comunidad virtual. Hay comunidades que son creadas a corto plazo, como, por ejemplo, los proyectos de investigación bien sean individuales o de un equipo de trabajo. Pero también pueden existir comunidades a largo plazo como las creadas por las marcas que desean estar interactuando con sus clientes de manera frecuente. Existen factores que influyen en los indicadores de éxito de una comunidad virtual, pero el tiempo de duración es un factor que debe ser tenido en cuenta para asegurar el Retorno de la Inversión (ROI).
- **Paso 3: Establecer el enfoque de la investigación.** Se hace necesario pensar en el tipo de investigación a realizar y la metodología a aplicar para la recolección de la información. Se requiere de una plataforma que admita la automatización de los procesos y la interacción con los miembros. La analítica web y el *insight* del consumidor son vitales en esta fase, de tal forma que la empresa pueda analizar no sólo los esfuerzos publicitarios sino, también, a los miembros de la comunidad.
- **Paso 4: Reclutar a los miembros.** El interés demostrado por los miembros, el administrador y los líderes de opinión es lo que hace que una comunidad sea exitosa. Labor que se alcanza usando los medios de comunicación. Se debe tener una base buena de clientes para reclutar a los miembros, por lo que se hace necesario acudir a otros canales, lo que podría acarrear alguna inversión publicitaria. Si la comunidad está pensada a largo plazo se necesitará estar encontrando nuevos miembros, porque algunos irán saliendo con el paso del tiempo.
- **Paso 5: Definir el tamaño.** Este último paso va ligado a las dos etapas anteriores (enfoque de investigación y reclutar miembros). Para precisar el tamaño de la comunidad es necesario tener en cuenta:
 - El método de investigación a desarrollar: Para un proyecto de excelente calidad (datos cualitativos) se recomienda una comunidad pequeña; pero, si el proyecto requiere de datos cuantitativos (indicadores y métricas), se recomienda una comunidad más grande.
 - El volumen de investigación: Lo más prudente es desarrollar proyectos investigativos semanalmente y no mensualmente. Esto es para poder tener planes de mejoramiento continuo, según sean los indicadores (cualitativos y cuantitativos) hallados.
 - El número de clientes: Por lo general, para una comunidad con modelo B2C (Business to Consumer) este factor puede traer dificultades. Por ejemplo, si la marca cuenta con diez mil clientes, aproximadamente entre el 1% y 5% de ellos se reclutarán, lo

que significa que sean entre 100 y 500 miembros. Por eso, el trabajo es arduo de tal forma que, no solo se atraigan miembros, sino también, se logre su fidelidad. (Benitez Márquez, 2020)

Figura 7

Pasos para la construcción de una comunidad virtual



Nota. Esta gráfica ilustra de forma sintética cuáles son los pasos que se deben seguir para construir una comunidad virtual. Tomado de Question Pro <https://www.questionpro.com/blog/es/como-crear-una-comunidad-online/>