

Dilema Community Manager



ESCRITO POR:

FABIANA LUISI
CEO & Directora Creativa



El mundo cambió cuando nacieron las redes sociales. El comportamiento humano tiene un antes y un después a esta ola de socialización a distancia. Todos nos unimos a cualquier tendencia emergente con el objetivo de poder cumplir, lo que Maslow definió como una de nuestras verdaderas motivaciones: el reconocimiento de nuestros semejantes. No es de sorprenderse que las empresas se hayan dado cuenta del potencial de esta herramienta y de la necesidad de adquirir profesionales que se desempeñen en esta.

Desde que esto ocurrió, la manera acelerada en que se ha desarrollado cualquier aspecto o tendencia “digital” ha confundido a más de un experto, y han surgido tantas vacantes, nuevos empleos y cargos, que no es de extrañar el caos que se generó en el área. Pero una plaza en particular se popularizó al extremo: Abran paso al Community Manager.

Por supuesto, la fantasía de cualquier CEO es esa perfecta combinación de recursos que le permita obtener una ganancia máxima invirtiendo al mínimo y la idea de que un empleado pueda cumplir con eficiencia dos o tres cargos adicionales hace delirar a todo gerente, pero: ¿en manos de quién estas dejando la vida y reputación de tu Marca?

Si reconoces el problema, estudiemos juntos el caso: en primer lugar, ¿qué es un Community Manager? ¿qué hace? ¿cuáles son sus competencias? Literalmente el “Gestor de la Comunidad” es el profesional encargado de construir, gestionar y administrar relaciones estables y duraderas con los clientes. Otra definición, proveniente de El Gran Libro del Community Manager dice “...da respuestas a comentarios que se hacen en Social Media, pone voz a la empresa y sobre todo, es quien escucha a quien habla de ella.” (Manu Moreno, 2014) Partiendo de estas definiciones, un CM estrella: escucha, interviene, difunde, evalúa, viraliza, interactúa y gestiona acciones tácticas. Es quién tiene contacto directo con tus clientes, por lo que es tan importante como la fuerza de venta de una empresa, tiene información valiosa y puede ayudarte a desarrollar la estrategia perfecta.

Ya que representa tu voz frente al mundo, supondríamos que debe ser un profesional con una formación mínima en marketing, comunicación o publicidad ¿cierto? O acaso, ¿dejarías en manos de un inexperto en leyes la defensa de un

juicio que signifique tu boleto directo a prisión? La sentencia de vida de tu Marca también está en las manos de este personaje.

Por lo tanto, si eres empresario y estas dando tus primeros pasos en aguas digitales o ya llevas años en esto, procura contratar personal especializado; y si encontraste el Community Manager de tus sueños, piensa en que muchas obligaciones que le encargas no le competen, no es un Social Media Manager, o un Content Curator, y probablemente no sea el diseñador gráfico de todas tus piezas promocionales.

Y para aquellos aspirantes o profesionales del Social Media, seamos honestos: es un área que se expande de forma acelerada, con un futuro prometedor y altamente competitivo. La actualización constante es imperativa para estar en tendencia y la creatividad es indispensable para diferenciarte. Tal vez sea posible encontrar a ese talentoso empleado que es creativo y asertivo, que cuenta con paciencia y empatía, sabe organizar, es líder, trabaja en equipo, tiene sentido común, y además, es autodidacta, pero es poco probable que lo encuentres en cada esquina. La comunicación, a pesar de que parece un término sencillo, requiere de capacitación y experiencia. Encuentra pasión por la investigación, lee constantemente, sal de la zona de confort y esfuérzate para conseguir recompensas.

Dilema Community Manager

Escrito por:

FABIANA LUISI
CEO & Directora Creativa

lugbrand.com.ve

Venezuela



0412-4017861
0426-2441408

Encuentranos en:

info@lugbrand.com.ve

