

# ¿Un COMMUNITY MANAGER para tu negocio?

El Community Manager es la persona que se encarga de **gestionar y administrar** las diferentes **redes sociales** y **comunidades online** que tiene una empresa o negocio.

Probablemente al inicio de la vida de tu empresa, el presupuesto no te alcance para contratar a una persona exclusiva para esta tarea. Sin embargo, es muy importante que conozcas cuáles son **las actividades principales de un Community Manager**, para que quien las realice logre maximizar el valor de las relaciones online que se construyen con los usuarios y clientes:



## 1 Elabora un plan de medios o redes sociales:



También llamado “**plan de social media**”, este plan debe plantear una estrategia para posicionar a tu empresa, productos o servicios en los medios digitales y redes sociales. Por ello es muy importante conocer las características de tu público objetivo, así como de las diferentes redes sociales que podrían utilizarse como canal para llegar a tus clientes.

## 2 Escribe y publica los contenidos:



Los contenidos deben ser pertinentes y generar un claro valor agregado para el cliente o usuario que los consulta. Recuerda que el tipo de contenido depende en gran medida de la red social en donde se publique (**consulta Infografía 9 Redes Sociales para ver las características de las diferentes redes sociales**), pero en general es buena idea combinar audio, video y texto, para hacerlos interactivos y divertidos.

## 3 Interactúa con los usuarios:



Además de la información, los usuarios o clientes potenciales deben encontrar en las redes sociales de tu empresa un canal de comunicación efectivo. Por ello es clave que el Community Manager tenga una comunicación constante con los usuarios, para atender o canalizar de forma eficiente y oportuna, las solicitudes o preguntas que tengan con respecto a la empresa, sus productos o servicios.

## 4 Elabora reportes estadísticos:



Así podrás conocer el grado de uso de los diferentes medios de comunicación digitales de la empresa, los contenidos más consultados, las preferencias de los usuarios en cuanto al tipo de redes sociales para comunicarse, entre muchos otros factores, que ayudarán a construir una relación más fluida y cercana con tus clientes y usuarios potenciales.