



Brainstorming

Guía práctica

16 mandamientos para ser un buen Community Manager





Ser un buen CM es más que compartir memes...

A todo el mundo le gusta ver un buen meme que nos saque de la rutina. Y, en ese pequeño lapsus, queremos agradecer al Community Manager que supo aprovechar la oportunidad y creó un copy atractivo para sacarnos una sonrisa.

Interactuar está bien, responder comentarios también. Sin embargo, la labor de un CM va más allá de publicar contenidos y buscar incrementar el alcance de sus cuentas.
¡Descúbrelo en nuestra guía!

Presentamos los 16 mandamientos que todo asombroso CM debe tener en cuenta:

Contenido

- 2** - Introducción
- 5** - Sé sincero contigo mismo
- 7** - Date el tiempo de conocer y amar la marca que representarás
- 9** - Define tu estrategia
 - Crea contenido de valor
- 11** - Aplica una comunicación bidireccional
 - Conoce a tus seguidores
- 12** - Investiga antes de dar una respuesta
- 13** - Trata a tus usuarios por igual
 - Utiliza buenas herramientas



Contenido

14 - Sé rápido

15 - No pierdas el control

16 - Sé empático con los comentarios negativos
- Sé abierto al cambio

17 - Mantente actualizado

18 - Analiza tus resultados y mejóralos

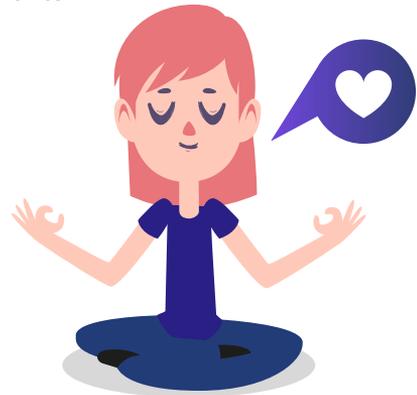


Sé sincero contigo mismo

¿Qué queremos decir con este primer mandamiento? Es bastante simple, sé honesto con tus expectativas y lo que conlleva ser un community manager. Piensa en el tiempo y dedicación que deberás poseer para desarrollar las funciones que corresponden, como debe ser.

Deberás estar dispuesto a conectarte en todo momento a las redes sociales para responder comentarios o (Dios no quiera) quejas. Así que prepárate para llevar el cargador de tu móvil en todo momento.

La paciencia deberá ser tu mejor amiga y compañera de trabajo. Tal vez aún no lo hayas experimentado, pero los usuarios te preguntarán una y otra vez lo mismo. A pesar de que tus posts tengan todas las indicaciones, siempre habrá una persona que comente: “Más Info”.





Como diría el querido maestro Yoda, Paciencia debes tener,
mi joven padawan.



2

Date el tiempo de conocer y amar la marca que representarás

¡Básico en todo CM! Deberás amar y respetar a tu marca por sobre todas las cosas. Entiende cada parte de su historia, cultura, valores, voz y tono de comunicación. Es muy importante aprender con el tiempo qué responder, pero más aún, cómo.

Investiga todo lo que puedas sobre la marca que ayudarás a generar valor entre su audiencia. Revisa su huella digital, el historial de publicaciones y averigua qué es lo que la destaca de su competencia.

¿Qué ganas con esto? Convertirte en una extensión de la marca y navegar con total naturalidad por el mundo digital.

3

Define tu estrategia

Una vez te hayas familiarizado con la marca, evalúa los componentes de su ecosistema digital. Es hora de trazar el camino por recorrer! Y no podemos enfatizar más que el verdadero trabajo de un CM no es vender.

Todo lo contrario, es lograr crear un vínculo emocional con sus fans.

Así que presta atención a las siguientes recomendaciones:

- *Elige sabiamente en qué redes sociales estar.*
- *Crea tus buyer personas y tenlos en cuenta para toda tu vida de CM.*
- *Investiga los mejores formatos para crear posts en las redes elegidas.*
- *Define un calendario de publicaciones.*
- *Crea tu plan de contenidos.*
- *Ten presente los pilares de comunicación de la marca.*
- *Recuerda que las tendencias y audiencias cambian, tu estrategia también lo hará.*





4

Crea contenido de valor

Es muy fácil decir que un CM debe crear contenido de valor, ¿pero qué significa esto realmente? Ponte en los zapatos de tu audiencia y antes de publicar algún contenido, piensa si tú lo compartirías en primer lugar. ¿Lo harías?

Encontrar un nexo que vaya más allá de las ofertas, descuentos y sorteos es difícil, lo sabemos. Sin embargo, el reto de un community manager es mantener siempre la frescura de la marca que representa. ¡Trabaja por obtener admiración, no likes!

5

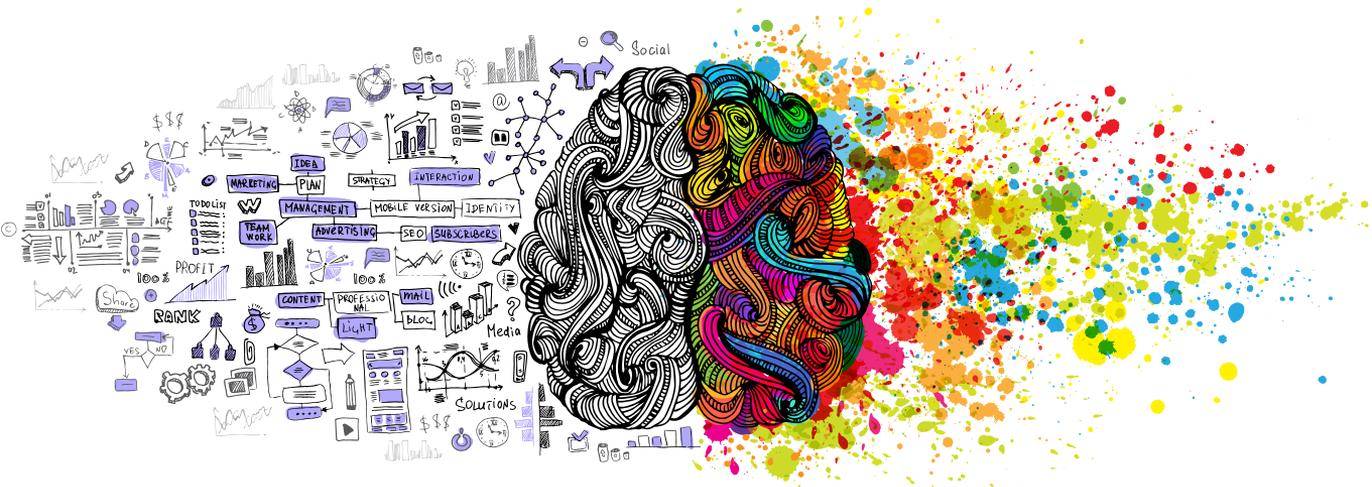
Inspírate de otros profesionales en el ámbito

Observa lo que realiza tu competencia, observa las publicaciones de marcas en otros rubros y sigue observando. ¡Qué mejor manera de crecer que adaptando las buenas prácticas a tu estrategia de contenidos!



Y con esto no estamos alentando al plagio, alentamos la búsqueda constante de inspiración.

Expande tus referencias a otros planos, inspírate en películas, música, arte, deportes, tus propias experiencias y la vida misma. Ser CM es ser un poco de todo, adaptar lo viejo a lo nuevo y viceversa.





6

Aplica una comunicación bidireccional

Las reglas del juego han cambiado hace ya algunos años. No es una novedad hablar de la comunicación bidireccional, pero de todas formas es bueno recordarlo. Recuerda que al hablarle a un usuario, estás hablándole a una persona, con miedos, aspiraciones, sueños y expectativas frente a un producto o servicio.

¿Recuerdas *a paciencia*, tu vieja amiga? Pues, sigue trabajando con ella para lograr una comunicación especial con los seguidores de tu marca.

7

Conoce a tus seguidores

La mejor forma de conocer a tus seguidores es creando tus buyer personas y actualizando esa data constantemente. Es vital saber a quién le estás hablando para decidir cómo y dónde vas a compartirle contenido de valor.

¿Sabes cuál es una buena forma de conocerlos? Abriendo tus herramientas de social listening y analizando la diversa información que encuentras en grupos, otras redes y comunidades online.

8

Investiga antes de dar una respuesta

Dependiendo del rubro en el que se encuentre tu marca, deberás actualizar constantemente tus fuentes de información y referencias. Recuerda que al dar una respuesta, estás hablando en nombre de la empresa. Así que ten cuidado con la información que manejes.

Recomendamos crear un FAQ, listado de preguntas frecuentes para tener de antemano las respuestas en tiempos de crisis o momentos ajetreados.





9

Trata a tus usuarios por igual

No importa si te caen bien o mal, si son fans destacados o incluso parecen ser trolls, ¡trátalos por igual! Tu tono de comunicación debe mantenerse fiel a su naturaleza, sin importar a quién le estás hablando.

¿Recibes muchas quejas de un usuario en particular? No lo bloqueees, tal vez sus quejas tengan fundamento, tal vez no. Tu tarea como CM es escuchar y tratar de ayudar en lo que puedas. Si bien hay muchas responsabilidades que escapan de tus manos, pones la cara de la empresa.

Una recomendación

El sentido del humor puede ser una herramienta atractiva si sabes cómo usarla. No tengas miedo de salir de tu zona de confort para innovar en la forma en la que respondes comentarios.

10

Utiliza buenas herramientas

Existe una gran variedad de herramientas que puedes utilizar para el beneficio de tu contenido.



Todos los elementos cuentan al momento de generar una publicación efectiva. Te dejamos algunas ideas:

- ***Busca bancos gratuitos de imágenes geniales como [Unsplash](#), [Pexels](#), entre otros.***
- ***Descarga aplicaciones útiles en la creación de contenidos rápidos y atractivos.***
- ***Investiga las últimas tendencias en las redes sociales donde estés presente.***
- ***Prueba plataformas de publicación como [Hootsuite](#), o de análisis como [Semrush](#).***



Sé rápido

Ok, ser CM no es la profesión más riesgosa del mundo. Pero es importante saber actuar rápidamente ante situaciones potencialmente peligrosas para la reputación de la marca. Testea tus habilidades ante posibles crisis y ensaya respuestas acertadas.

Especialmente, ante comentarios negativos y quejas, la rapidez será vital. Cada segundo que pase puede significar un *retweet* más o una queja extra. ¡Evita el efecto bola de nieve!

No pierdas el control

Hagas lo que hagas, no entres en pánico. Mantén la compostura ante cualquier situación, por más difícil que parezca. Recuerda que eres un profesional y eres la persona que más conoce a la marca y sus interacciones con los usuarios.

Recomendación: Actualiza tu manual de crisis y, si no cuentas con uno, es buen momento para crearlo.





13

Sé empático con los comentarios negativos

Muchas personas pensarían que lo ideal al recibir un comentario negativo es bloquearlo de la página. Sin embargo, es preferible encontrar una respuesta adecuada para él. Obviamente, habrán oportunidades en las que no tengas más opción que eliminarlo. Pero, en lo posible, trata de responder con empatía y demostrar que tu marca también es humana.

14

Sé abierto al cambio

La principal cualidad en un CM es su adaptabilidad ante distintos escenarios. Con el tiempo, aprenderás a desarrollar tu habilidad camaleónica e involucrarte con audiencias variadas. Recuerda que no hay nada más constante que el cambio. Si no deseas quedarte atrás, es mejor que te prepares para recibir todo tipo de mensajes y preguntas.

Mantente actualizado

Estar actualizado es uno de los principales requisitos para ser un excelente CM. No importa el rubro en el que estés, debes estar dispuesto a consumir todo tipo de información, por más tediosa que te parezca. Incluso si no son temas directamente relacionados a tu marca, nunca está demás ampliar tus conocimientos.

Recuerda que nunca sabes quién vendrá a tocar la puerta de tu perfil en Instagram o Facebook. ¡Haz tu tarea e investiga!





16

Analiza tus resultados y mejóralos

Finalmente, uno de los mandamientos esenciales para seguir surfando las olas digitales: analizar tus resultados y optimizar. Siempre hay lugar para mejoras, lo complejo es hallar esas oportunidades y transformarlas en activos digitales de tu marca.

Hoy en día existen muchas herramientas que te permiten acceder instantáneamente a data actualizada al segundo. Identifica las que más te convienen, prueba y analiza el rendimiento de tus publicaciones. A partir de allí, podrás gestionar tus recursos y optimizar tu estrategia y contenidos. ¡La meta es el cielo!





¿Existe el Community Manager perfecto?

Internaliza los 16 mandamientos que hemos preparado para ti y empieza a crear contenido de valor, interactuar con tus seguidores y convertirte en la mejor versión de CM posible. ¿Listo para dar el gran salto?



Brainstorming

CONTÁCTANOS



(+51) 940 301 477

ventas@brainstorming.la