

La figura del Community Manager se introduce con fuerza en las pymes

La figura del Community Manager hasta hace poco se relacionaba con grandes empresas y multinacionales. Hoy en día, la importancia de su labor ha introducido esta figura en las pymes. Community Manager Pamplona presenta sus servicios subrayando la importancia que cobra esta figura en la comunicación empresarial

Según el estudio 'Páginas Amarillas Soluciones Digitales Census 2016', el 66% de pymes cuentan con un perfil empresarial en redes sociales, de las cuales un 7% las gestiona un Community Manager. El año pasado, el 60% de pymes de nueva creación han invertido en marketing digital, siendo las plataformas más importantes las redes sociales, Google Adwords y Páginasamarillas.es respectivamente. ¿Por qué ese creciente interés de las pequeñas empresas en el Community Management? ¿Qué las lleva a decidirse por contratar los servicios de un experto en redes sociales?

El papel del Community Manager no se basa únicamente en compartir publicaciones atractivamente visuales, es el encargado de construir, gestionar y dirigir la comunidad online de una entidad generando y perservando relaciones estables y sólidas con los seguidores e internautas pertenecientes al público objetivo. Para ello, debe contar con un perfil claramente enfocado al marketing de contenidos.

Unos años atrás, la demanda era mínima. Las medianas y pequeñas empresas encargaban este papel a un empleado, pensando que era un trabajo banal e irrelevante. Y por supuesto, el resultado final no era el esperado. La administración de una marca en Internet requiere un conjunto de habilidades técnicas y creativas así como aptitudes adquiridas a través una preparación y formación idóneas.

Community Manager Pamplona, empresa de marketing digital afincada en la capital navarra, revela las cinco características con las que todo profesional de las redes sociales debe contar: creatividad, conocimientos de neuromarketing y sociológicos, una perfecta ortografía y léxico para comunicar correctamente, actualización constante en los algoritmos de las diferentes redes sociales y, por supuesto, dominio de las plataformas y herramientas de gestión, diseño y análisis.

"Contar con un experto que genere contenidos relevantes en Internet alrededor de tu marca, mejorará tu imagen y te ayudará a construir branding profesional. Tener un perfil de empresa en redes sociales es fácil, todos sabemos crear una página de Facebook. Sin embargo, manejar cada red social en función de los objetivos, tipo de empresa y segmento al que nos dirigimos no es tan sencillo", subraya el equipo de Community Manager Pamplona, añadiendo: "Si tu público objetivo son adolescentes de entre 13 y 16 años, tal vez dirigir recursos y tiempo a Facebook sea una inversión poco constructiva. Es importante saber dónde, cómo y cuándo estar presente".

De igual forma, señalan otro elemento inalienable que todo profesional del Social Media debe manejar:

la definición de un tono de voz e imagen únicos a mantener en todos los canales de la marca, que se establezcan en base a los objetivos, visión, misión y valores de la empresa. Aquí entra en juego también la labor de atención al cliente que administra el Community. Se han de fijar ciertas directrices con éste para que actúe en base a ellas en casos de crisis, comentarios negativos o difamaciones.

Por otro lado, a la hora de crear y compartir contenidos, es primordial contar con un calendario de publicaciones en base a las diferentes secciones que previamente se hayan determinado. La improvisación en este trabajo no es un buen compañero, al contrario de lo que muchas empresas piensan. Dicha programación ha de fundamentarse en diferentes estudios y análisis, que puede ser modificada durante su transcurso si se detectase algún cambio significativo en el micro o macroentorno de la empresa, al igual que si la consecución de objetivos se está viendo perturbada.

La asesoría legal relativa a redes sociales es una reciente función que los Community han de manejar. Pocos conocen las bases legales que establecen las redes sociales a la hora de realizar concursos o sorteos utilizando las plataformas. Aquí debemos mencionar la conocida Ley Orgánica de Protección de Datos, la cual ha de ser conocida por todos los profesionales del sector para evitar sanciones de hasta 300.000 euros.

Para finalizar, Community Manager Pamplona destaca "si el fin que estableces es únicamente promocionar tus productos o servicios en redes sociales, nunca conseguirás tus objetivos. Hoy en día los consumidores buscan historias con las que sentirse emocionados e identificados. Los Community Manager creamos y dotamos a los perfiles empresariales de historias congruentes y creativas que hacen de tu marca algo sustancial en la vida diaria de los consumidores. Creamos afinidad y fidelidad. Destruimos la barrera psicológica que existe entre los consumidores hacia una marca en internet, dentro de un contexto de ventas constantes. Y es que, actualmente, establecer vínculos con los consumidores ha de ser siempre una meta prioritaria".

Más información en: <https://communitymanagerpamplona.com>

Datos de contacto:

Community Manager Pamplona
948 12 31 23

Nota de prensa publicada en: [Pamplona](#)

Categorías: [Comunicación Marketing Emprendedores E-Commerce Recursos humanos Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>