

Tip: 10 secrets a seguir per ser un bon Community Manager

Una de les frases més recorregudes per expressar la importància de tenir una web era, "Si no estàs a Internet, no existeixes". Ara haurem d'afegir, "Si no tens perfil de Facebook i de Twitter, tampoc". És la nova revolució de la comunicació a Internet, la reputació online de les empreses és cada dia més important i la seva presència en les xarxes socials va a determinar en gran mesura el seu èxit. Si en els mitjans tradicionals ja és difícil controlar el flux i els canals d'informació, la viralitat de la web 2.0 representa un veritable repte. Per afrontar aquesta nova era en les comunicacions de la nostra empresa anem a necessitar un Community Manager (Responsable de comunitat) que s'encarregui de monitorar totes les accions que portem a terme a Internet.

La figura del responsable de comunitat va cobrant més importància cada dia i per sort ja hi ha la AERCO (Associació Espanyola de Responsables de Comunitat) que vetlla pel respecte a aquesta nova figura professional i estableix uns paràmetres de qualitat mínims per a l'exercici d'aquesta activitat.

En aquest article, els especialistes de Qweb, que ja us oferim 10 Tècniques per triar les millors paraules clau, anem a revelar els 10 secrets per ser un bon Community Manager creant i mantenint amb èxit qualsevol comunitat d'usuaris d'Internet:

- 1. Conèixer i estimar la marca o empresa que representes:** Es tracta de comprendre i defensar els punts positius del teu producte o activitat al mateix temps de ser conscients dels nostres defectes i limitacions. Només quan arribis a aquest nivell de comunió amb la teva empresa podràs actuar de forma natural i ser tu mateix per guanyar-te als usuaris.
- 2. Mostra't:** Els temps en què podies amagar darrere d'un nickname han passat. Com el representant de la teva empresa a Internet has de donar la cara sempre que puguis, utilitza fotos actualitzades al teu perfil, connecta la webcam més sovint i fins i tot apunta't a esdeveniments relacionats amb el teu sector per donar xerrades o simplement lliurar unes targetes en mà. Està demostrat que reforçar els vincles electrònics amb la teva presència física augmenta la confiança dels usuaris en gran mesura.
- 3. Monitorar sense atabalar:** No es tracta que et converteixis en un vigilant de passadís d'institut. Has de barrejar-te amb els teus usuaris, ser un més i demostrar-los que la teva missió principal és la d'ajudar. Permet-li que desenvolupin els seus propis temes amb llibertat, intervenció només puntualment per reforçar conductes positives o acceptar crítiques constructives. Ignora els Trols, sempre hi ha hagut i sempre n'hi haurà, evita censurar o esborrar continguts, t'arrisques a patir el temut Efecte Streisand.
- 4. Oblida't del màrqueting:** La missió del Community Manager no és la de vendre productes, has d'escoltar atentament als teus usuaris i aprendre a detectar les seves inquietuds i necessitats. No et centris exclusivament a publicar fredes notícies empresarials o en recordar-los que tens un nou article al bloc. Per enllaçar amb els teus usuaris comparteix les teves emocions, opinions, interessos ...

- 5. Tots som iguals:** No cometis l'error de prioritzar als teus usuaris estrella o de posicionar-te un escalafó per sobre dels altres. En la comunitat ha de regnar la igualtat, en moltes ocasions són els usuaris que no participen els que conformen el gruix dels nostres membres, Presta'ls atenció i anima'ls a comentar. Dóna'ls la importància que es mereixen i poc a poc veuràs com s'obren a la participació.
- 6. Delegació:** No pretenguis fer-ho tot tu sol. Pots recolzar en els usuaris més compromesos per moderar certes parts de la teva comunitat. Ells són el teu equip i si aprens a jugar amb ells i a passar la pilota sovint, milloraràs els teus resultats.
- 7. Actualització constant:** Mantenir el perfil actualitzat cada dia demostrarà als teus usuaris el teu compromís i t'ajudarà a fidelitzar-los. Dosifica el teu flux d'informació i reparteix al llarg de dia. Però compte amb passar-te, la línia que separa un Community Manager compromès d'un spammer pot ser molt fina.
- 8. Hi ha programes per gestionar diversos perfils socials a la vegada des del teu escriptori:** com Tweetdeck que des d'aquí recomanem per la seva potència i versatilitat. També hi ha pràctics serveis en línia com Ping.fm per sincronitzar tots els teus comptes des d'un sol lloc. Per estar sempre al dia en aquests temes t'interessa subscriure't a canals RSS i publicacions com el nostre butlletí de Qweb.
- 9. Fes-te mòbil:** Si creus que un responsable de Comunitat té horaris potser hagi de replantejar el teu treball. És imprescindible que siguis capaç de generar continguts o de proporcionar feedback encara que no estiguis a l'oficina. Avui en dia existeixen multitud de smartphones amb plena integració de les xarxes socials i també tarifes planes assequibles d'Internet mòbil. Has de ser capaç de respondre a un comentari des de l'autobús o mentre fas cua a l'hamburgueseria. Qualsevol moment és bo per fidelitzar als teus usuaris.
- 10. Analitza i millora:** L'èxit d'una comunitat en línia no es mesura només per la quantitat d'usuaris, és molt més important la seva qualitat, el nivell de participació i la seva identificació personal amb la nostra marca o empresa. Utilitza eines de seguiment d'estadístiques per saber quins usuaris són més recurrents o quines són les teves hores de major activitat per a concentrar-hi els teus esforços. Tant Facebook com Twitter tenen eines molt pràctiques per mesurar el nostre impacte i penetració en la seva xarxa, usa'ls per millorar la teva eficàcia. Precisament Google acaba de llançar una nova eina en línia que ens serà molt pràctica per seguir en temps real el que es diu de nosaltres en la xarxa i on es diu. Es tracta de Google Realtime i amb la seva ajuda podràs monitorar molt millor la teva reputació online i reaccionar més ràpid. En aquest article de Puromarketing.com pots conèixer en profunditat el seu funcionament: Totes les empreses haurien de tenir un Community Manager.

Data d'elaboració: abril 2011

Font: Puro Marketing.com