

INICIO / Internet / La figura del Community Manager ha ido tomando más importancia dentro de las empresas

## La figura del Community Manager ha ido tomando más importancia dentro de las empresas

31 Mayo 2011

Por Lucas Canevaro, director de las divisiones de engineering & manufacturing; Sales, marketing & retail y human resources de Michael Page Chile

Santiago, Chile. 31 mayo, 2011. Hoy en día en Chile con la llegada de empresas de e-business como Google, Groupon, ClubVenta y Letsbonus, tan sólo por dar un ejemplo, junto con el crecimiento exponencial de los social networks y de su importancia y penetración en el mercado, la figura de Community Manager ha ido tomando más importancia dentro de las empresas. Hoy las compañías dedican más recursos para estar "presentes" en la red, no sólo para la tradicional "publicación" de su imagen, sino para la misión más estratégica que es crear y mantener un contacto directo y constante con el mercado mismo. Información + Canales de Comunicación = Poder. De esta manera, las empresas no sólo le comunican al mercado, sino que comunican con él, logrando definir temas fundamentales como Misión, Ideas de Business, etc.



Lucas Canevaro, director de las divisiones de engineering & manufacturing; Sales, marketing & retail y human resources de Michael Page Chile.

Dentro de las principales tareas que el Community Manager tiene a su haber están:

- Reclutar las principales publicaciones y bloggers que puedan ser de interés para la compañía;
- Manejar las principales redes sociales como una comunidad de promoción y campañas de tal manera de mantener activa y vigente a la masa de bloggers;
- Establecer lazos con los principales influenciadores dentro de los espacios sociales dentro de los medios a través de una metodología apropiada para asegurar la imagen viral de la cultura y transparencia de la compañía;
- Asegurar a los publicadores, bloggers satisfacción y lealtad para ayudarles a obtener los beneficios deseados;
- Hacer crecer la consciencia de la presencia de la compañía dentro de la comunidad de bloggers y publicadores en general;
- Lograr posicionar la compañía como una de las plataformas y soluciones más efectivas para la realización de negocios.

Generalmente ellos deben presentar pasión por el desarrollo de medios sociales, comunidades y tecnología. Una activa presencia en la mayoría de las plataformas sociales, orientada a las soluciones, buen background en tecnología, fuertes habilidades de comunicación, bilingüe, atención a los detalles y capacidad para pensar "fuera de la caja".