

el
la community manager
CARA
más
HUMANA

Cristina m
ruiz pérez
Consultora
creativa

visión • 0

momento
designing consultants 

© Cristina M. Ruiz Pérez

visión.0

1º edición 2013

ISBN · 9788496765993

Este ebook se publica
bajo licencia Creative Commons de tipo
"Reconocimiento - No Comercial - Sin obra
derivada"; se permite su copia y distribución
por cualquier medio siempre que mantenga
el reconocimiento de sus autores, no haga
uso comercial de la obra y no realice ninguna
modificación de ella.

el
community manager
HUMANIA
más
es



¿de qué va esto? · 7

cuando sales a la calle... · 16

la estrategia · 23

qué es una comunidad de marca · 27

cómo se gestiona una comunidad · 31

quién gestiona la comunidad · el community manager · 33

las personas · 44

Cuando sales a la calle hablas con la gente, te interesas, compartes opiniones, escuchas, comprendes, te comprenden.

Cuando entras en las redes compartes pensamientos con gente de diferentes lugares, con diferentes valores, filosofías, estilos de vida. Gente con diferentes trabajos y responsabilidades.

La comunicación en redes sociales crea nuevos lazos y vínculos entre personas y también con las marcas.

En redes todos buscamos ser conectados, buscamos conectar con lo que queremos y con quien queremos.

Social Media es en definitiva una nueva comunicación que no deja de ser humana.

Sin embargo Social Media, 'lo social', presenta una sociedad sobre-comunicada, saturada de información entrante y saliente, 'mucho ruido y pocas nueces', muchas veces conectividad sin autenticidad.

Aunque un nuevo Social Media (New Media) irrumpe hacia la conexión entre personas a través de valores humanos, emociones, conocimiento, más allá de 'socializar', esto es, más allá de la utilización las tecnologías y los medios de comunicación para categorizar, agrupar...

New Media nos hace autores, protagonistas, nos hace líderes, prescriptores, conectores y referentes de intercambio de información y conocimiento.

New Media parte de cada uno de nosotros.

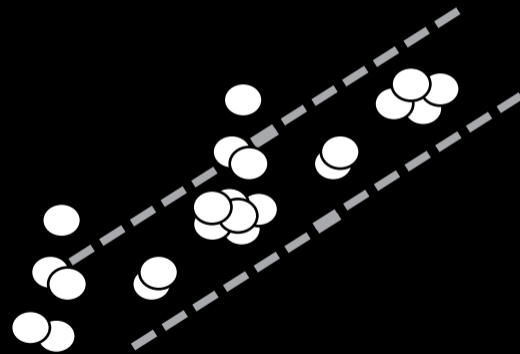
“ Esto no va sobre Facebook, Twitter, LinkedIn, Foursquare o Blogs, no. Esto va sobre compromiso, cercanía, sentimientos, transparencia, ilusión, emociones, credibilidad, confianza y pasión “ Isra García Human Media

En el nuevo Social Media la estrategia para las marcas es permanecer humanos.

- La marcas se mezclan entre la personas, son como las personas y actúan como las personas.
- El gran cambio para las marcas es la forma de comunicación con y como las personas.
- Comunicar sentimientos en forma de historias. Historias que emocionan.
- Comunicar a través de su voz, el Community Manager, creando y gestionando comunidades, con transparencia, honestidad, inspirando y estableciendo relaciones auténticas.
- Construir relaciones es generar oportunidades.
- Ser una empresa humana es atractivo, es innovador.

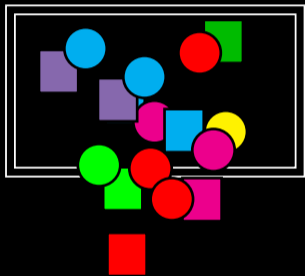
'ser humana' para la marca es diferenciarse, es establecer una ventaja competitiva.

cuando sales a la CALLE ...



hablas con la gente,
compartes opiniones,
te interesas,
escuchas,
te escuchan,
comprendes,
te comprenden...

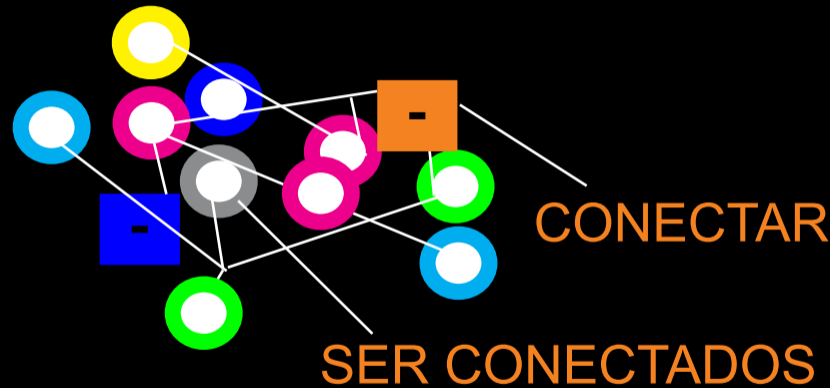
cuando entras en las REDES...



Compartes pensamientos, emociones, ilusiones...

con gente de diferentes lugares, valores, filosofías, estilos de vida, trabajos, responsabilidades...

en las redes creas nuevos vínculos, todos buscamos ...

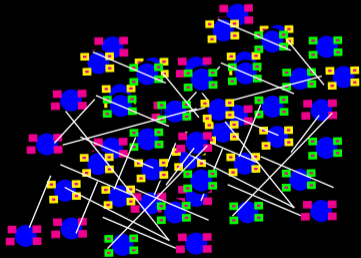


SO- CIAL ME- DIA

nos presenta una sociedad sobre-comunicada

‘Lo Social’

conectividad
sin autenticidad



SO- CIAL ME- DIA

pero cuando conectamos entre personas
irrumpen

valores humanos,
emociones,
conocimiento ...

donde todos somos
autores,
protagonistas,
prescriptores,
referentes...



New Media

porque...

‘Esto no va de facebook, twitter, linkedin, foursquare o blogs.

Esto va sobre

SI

Compromiso

Cercanía

Sentimientos

Transparencia

Ilusión

Emociones

Credibilidad

Confianza y

Pasión’

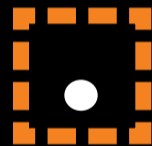
Isra García *Human Media*

NO

por tanto, para nuestros proyectos,

LA ESTRATEGIA

es



permanecer humanos

nuestros proyectos ...

se mezclan entre

las personas

actúan como

las personas

son como

las personas

se comunican con

las personas

se relacionan como

las personas

transmiten sentimientos

a las personas

... que se comunican a través de...

su propia voz

COMMUNITY MANAGER



creando y
gestionando
comunidades

porque 'hacer humano' nuestro proyecto es

construir relaciones
generar oportunidades
atractivo
innovador

con honestidad
con transparencia
con autenticidad



DIFERENCIARSE

establecer una ventaja competitiva

QUÉ es
una
comunidad
on line
de marca

una COMUNIDAD implica grupos de personas que



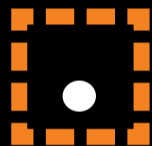
en una comunidad de marca los vínculos se crean en base a:



... y progresa conforme se van alcanzando los objetivos del grupo

La comunidad

participa



construcción social de la marca

CÓMO se gestiona

una
de marca
comunidad

la gestión de una comunidad es una filosofía, es una

forma de ser de la marca

creatividad
persuasión

transparencia
honestidad

- gestión de la propia comunidad
- gestión de la información generada
- control de la reputación

QUIÉN
gestiona

la
de marca **comunidad**

el
community manager



la forma de ser de la marca requiere ...
el mostrarse humana la marca requiere ...

lider
nexo

la labor del CM es más que acceder a contenidos

conoce en profundidad el proyecto

capacidad diseñar el plan estratégico

capacidad analítica y conciencia crítica

estratega

implementador

... o responder a los fans, colgar fotos...

habilidad para propiciar participación activa

capacidad de extraer lo relevante conversaciones

empatía, inteligencia emocional y sentido común

predisposición al aprendizaje continuo

capacidad de anticipación y resolución crisis

pero el mayor desafío de CM es conseguir ...

generando y creando
emociones duraderas
experiencias únicas

el compromiso de las personas

pero en las comunidades hay muchas voces propias...



gran conversador
escuchante activo
perfecto comunicador

y hay que conversar eficazmente...

clave 1
feedback efectivo

escuchar

a nuestros seguidores

lo que se dice de
nuestra marca en las
redes

relaciones sinceras
mejorar oferta
establecer sinergias

y hay que conversar eficazmente...

clave 2
localizar el objetivo

que los alinea a todos

Y ellos hablarán al
mundo de la razón por
la que son miembros
de la comunidad

entender

luchan por algo
creen en algo
persiguen algo
reaccionan por algo

y como las comunidades las forman personas...

clave **3**
gestionar las emociones

con responsabilidad, diciéndole a la
comunidad que te importa y demostrán-
dolo

con contenido de valor, transmitiendo más
allá de tu mensaje

influyendo
inspirando
aportando

las personas son la herramienta más potente en redes sociales.

las
i personas !



www.momentodc.es

momento devising consultants · Blog

cristina m. ruiz pérez

about.me