Las características del Community Manager

El poder que otorgan las redes sociales al público para expresar su malestar o su aprobación de una marca puede llegar a destruir la reputación de una empresa , las acciones negativas de los colaboradores que son difundidas en las redes sociales también pueden dañar la imagen de una marca .

El nacimiento de las redes sociales comenzó siendo de utilidad personal. Pero rápidamente, se convirtió en una herramienta para marcas, figuras públicas, representantes políticos y empresas.

Un Community Manager es la persona encargada de gestionar, construir y moderar comunidades en torno a una marca en Internet el community manager se perfila dentro de las empresas que descubren que las conversaciones sociales en línea, son cada vez más relevantes y que necesitan un profesional que conozca sobre comunicación en línea, haciendo uso de los nuevos canales de comunicación a través de herramientas sociales.

Un community manager es aquella persona encargada o responsable de sostener, acrecentar y, en cierta forma, defender las relaciones de la empresa con sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes. Una persona que conoce los objetivos y actuar en consecuencia para conseguirlos.

Marcela Andrade Loera