

Claves para nuestra estrategia de Community Manager

Las claves para nuestra estrategia de Community Manager solo son **cuatro**:

1. El cliente.
2. Estar antes de vender.
3. Influnciar y apoyar.
4. Medir.

El **cliente** busca información, que alguien le resuelva los problemas, soluciones... Debemos de ser capaces de ofrecer servicios que satisfagan a sus necesidades, ver dónde está el mercado, los productos, la competencia, los distintos sectores.

Para encontrar **clientes** debemos empezar por lo sencillo, no te pierdas con herramientas sofisticadas. Debemos crear un primer mapa para la estrategia con:

1. Buscadores (Google, Bing, Yahoo).
2. Buscadores de blogs (blogsearch.google.com, technorati.com, etc.).

3. Agregadores de noticias (meneame, digg, etc.).
4. Buscadores de microblogs (search.twitter.com, etc.).
5. Etc. etc..



¿Qué buscamos?. Tu empresa y tus productos, tus competidores y sus productos, pero, sobre todo, ponte en la piel de la gente: ¿qué buscarían y cómo si te necesitaran?

Como **Community Manager**, no podemos entrar a vender directamente, nuestra “alma” de comercial vendrá después. Nuestra labor consiste en escuchar e informar, debemos ser

pro-positivo.

Crea perfiles, una vez que hayas buscado, ya sabemos quien es tu target, dónde está y de que habla. Debemos crear nuestros perfiles donde nos diga el resultado de la búsqueda, **Twitter, Facebook, Google+, FriendFeed, Foursquare, Xing, MySpace, Orkut,...**

Eres el **Community Manager** y tienes nombre y apellidos...¡utilízalos!, usa tu foto antes que el logo de la empresa. **Sé tú mismo** y sé un buen representante de la imagen de tu empresa, el primer impacto, que recibe con tu empresa el usuario... eres tú.

Influencia y apoya a quien lo hace. Si sabes de lo que estás hablando, la gente acudirá a ti para que les aconsejes, eres el paladín de la imagen de tu empresa, ¿recuerdas?. No hace falta que menciones una y otra vez tu empresa, tu comunidad lo sabe y la asociará a ti. La gente tendrá una opinión sobre tu empresa basada en tu imagen, tu forma de ser, tu profesionalidad.

Escucha al que influencia, no te cortes en preguntar, averigua que necesita, que información le puedes proporcionar que sea de su interés, atrévete a probar.

¡Relaciónate!, haz **networking** con expertos, consumidores, con la competencia..., un buen **Community Manager** sabe siempre quién es quién.

Si te encargas de un blog corporativo pregúntate (una y otra vez), **¿qué le interesa a tu público?**. Habla de mercado, de soluciones, de evolución, de cosas que aportan a la conversación. No seas monotemático y hables exclusivamente de tu empresa y sus productos.

Y lo más importante... **MEDIR**... No te fijes en los números, esos son para los jefes, si quieres que los números hablen a tu favor, mide el comportamiento de quien sigue tu actividad. Si la reacción es masiva, pero negativa, ¿qué será más importante?, ¿La increíble repercusión que has obtenido? ¿O tener que gestionar una situación de crisis?. **Prueba herramientas, extrapola, ponte objetivos**. Crea una buena estrategia.