Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager



Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

Social Media Manager:

- Perfil Gerencial
- Estará si el tamaño o demanda de trabajo y facturación lo justifica
- Experiencia
- Profesional generalista
- Define los objetivos y su ejecución
- Visión global de la marca online



Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

Community Manager:

- Ejecutor material de la estrategia
- Persona con altas habilidades sociales
- Interactúa con el buyer persona
- Capacidad para gestionar éxitos y fracasos
- Gestor de la ORM (Online Reputation Management)



Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

Social Media Strategist:

- Es una ampliación del social media manager, si es viable.
- Diseña mapa de estrategias y tácticas
- Genera las sinergias entre los factores del departamento



Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

Copywriters y Bloggers:

- Generan el contenido según las estrategias y lineamientos trazados
- Habilidades de escritura y periodísticas inclusive
- Conocimiento del idioma “local”
- Habilidades mecanográficas excelentes



Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

Habilidades relacionales con proveedores, clientes y otros factores de la ecuación

Entender las implicaciones legales de las actuaciones online

SEO para social media: Tener en cuenta las acciones de cara al posicionamiento

Seguridad online y cuidado al cibercrimen

Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

¿Qué es una Red Social?

Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

Son mecanismos de **interacción social**, donde a través de algoritmos y programas informáticos, nos afiliamos a una red e interactuamos, invitando a nuestros amigos, conocidos o aquellas personas (físicas o no) con quienes deseemos un intercambio o simplemente obtener algo.

Se habla del concepto de "**seis grados de separación**", en el que dos personas pueden ponerse en contacto con una cadena de, como máximo, cinco mediadores. Esto significa que en un momento dado, cada persona en el mundo está conectada a través de un enlace de cinco personas.

Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager



Unidad 2 M 1
La figura del Community Manager

¿Qué nos motiva a compartir en redes?

- Para compartir con otras personas sobre un interés compartido
- Para promover un producto o servicio
- Para involucrarse en una tendencia o evento actual
- Para ser el primero en hablar sobre esa tematica
- Para compartir algo que nos representa
- Para hablar sobre temáticas en contextos offline
- Para promover una buena causa
- Para demostrar nuestro nivel educativo o de autoridad sobre un tema
- Para iniciar una conversación online
- Para obtener una opinión

Unidad 2 M 1
Aprendiendo de comportamiento humano



Argumentos reptiles

Historias positivas

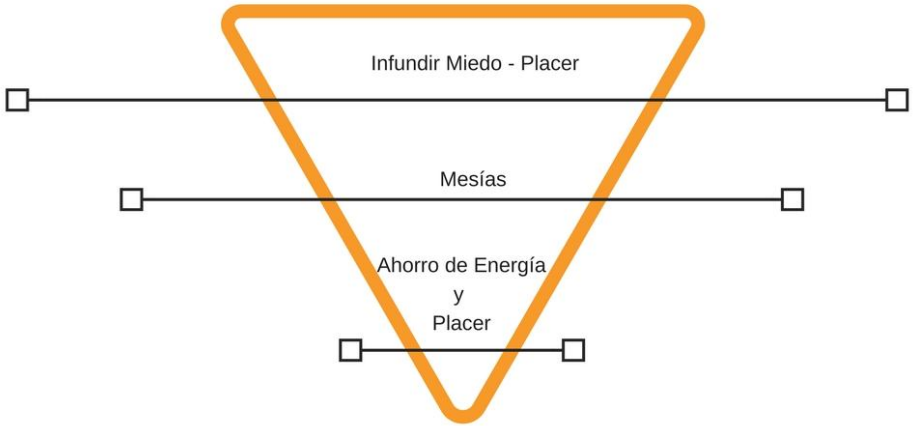
Beneficios

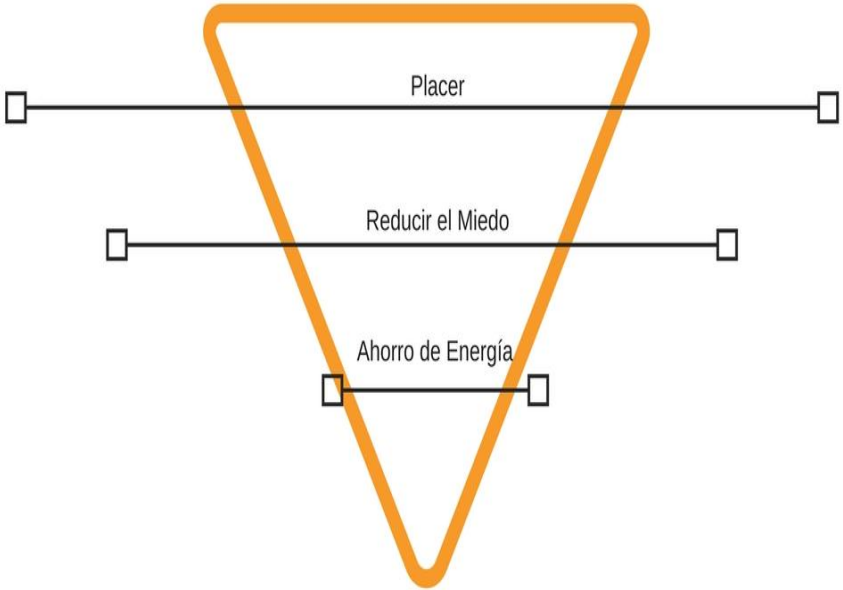


NEURO ARGUMENTOS

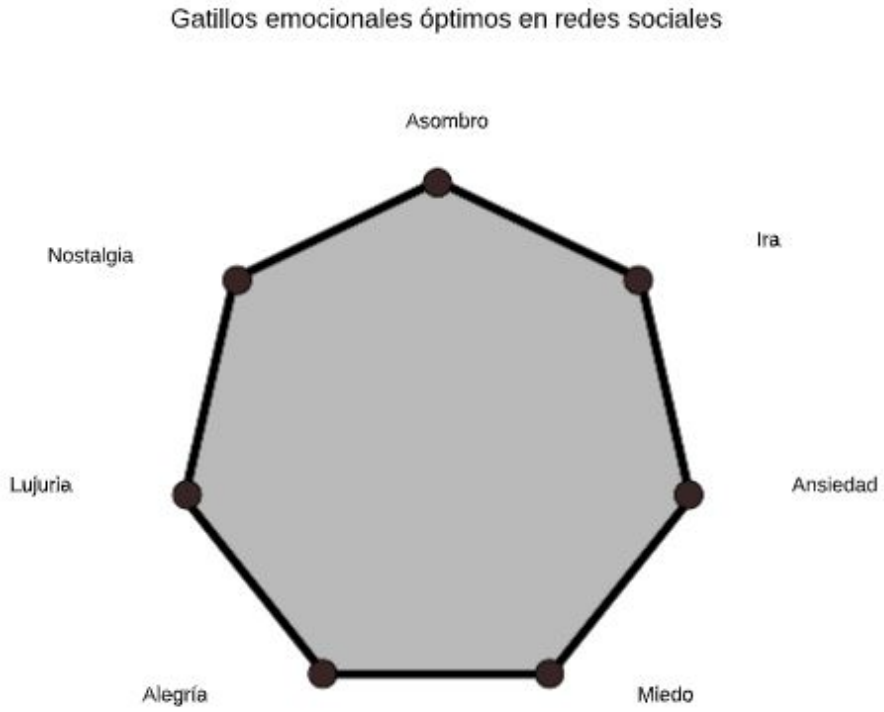
Busca una publicación preferiblemente un anuncio donde estén estos argumentos y haz una mención a la cuenta @ottomarketer en Instagram.

Unidad 1 M 2
Aprendiendo de comportamiento humano





Unidad 2 M 1
Aprendiendo de comportamiento humano - Viralidad



Unidad 2 M 1
Aprendiendo de comportamiento humano

Contenido disparador de emociones


Contenido tabú


Contenido inusual


Contenido indignante

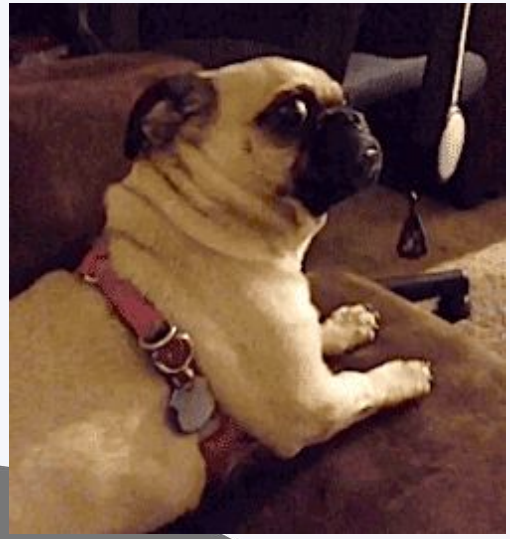

Contenido cómico


Contenido notable


Contenido secreto

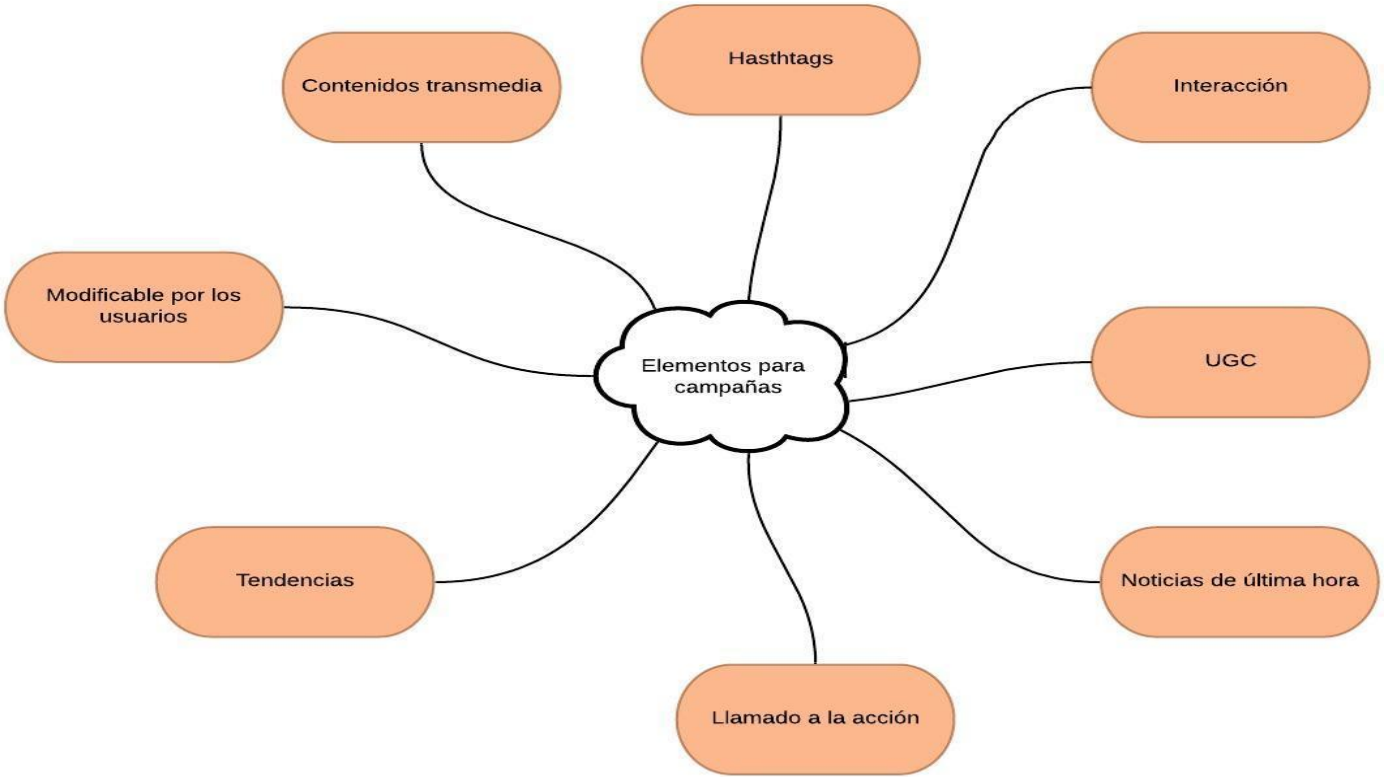


Emociones en Redes sociales

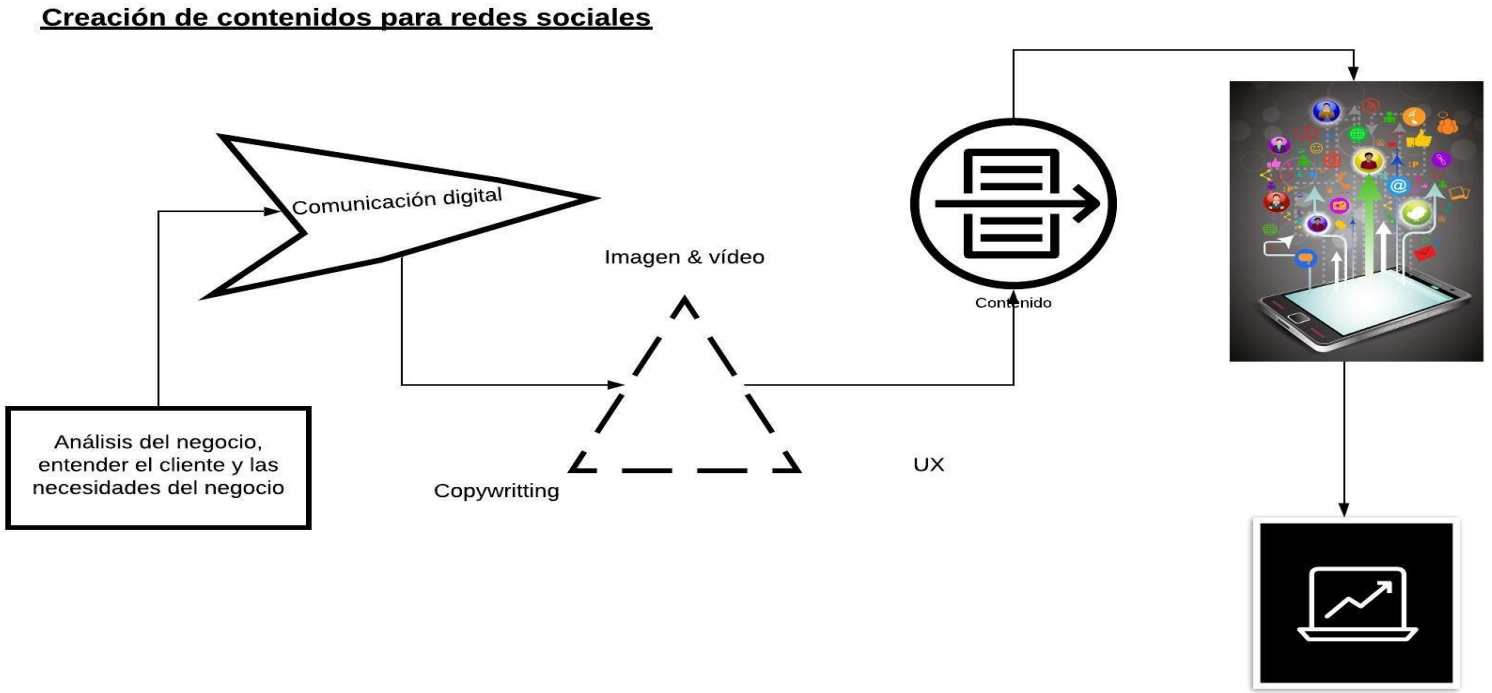


Busca publicaciones de cuentas que te gusten, clasifícalas según los criterios de la presentación anterior y comparte a la cuenta @ottomarketer en Instagram.

Unidad 2 M 1
Aprendiendo de comportamiento humano



Unidad 2 M 1
Aprendiendo de comportamiento humano





Unidad 2 M 1
Aprendiendo de comportamiento humano

TEST