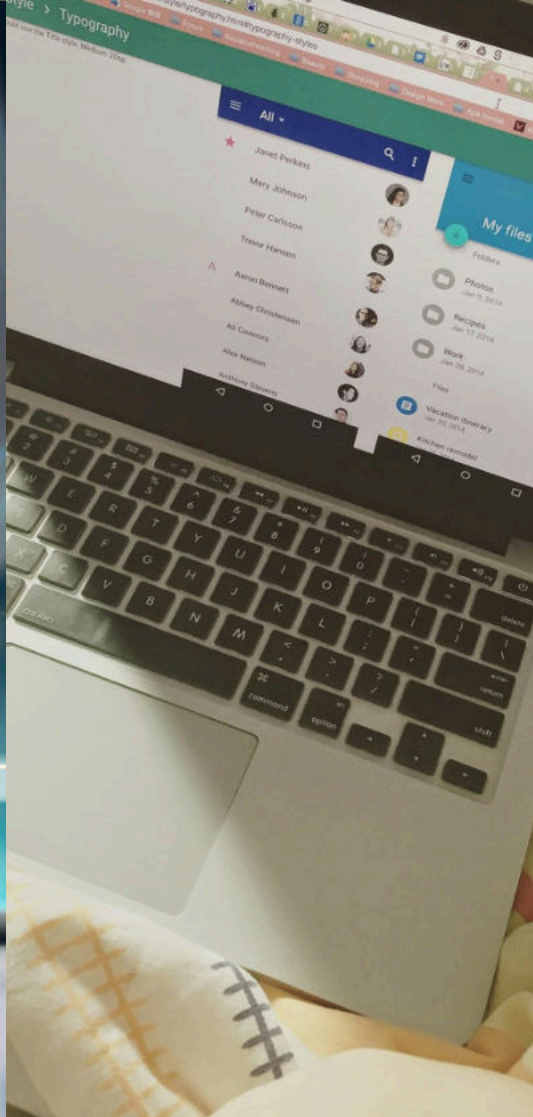


COMMUNITY MANAGER



COMMUNITY MANAGER

Introducció

Aquest document té per objectiu oferir informació actualitzada sobre l'ocupació de Community Manager. Podràs trobar una descripció de l'ocupació, les principals tasques que realitza, la formació relacionada, les principals competències i els canals de recerca.

Trobaràs tota la informació agrupada en els següents apartats:

- Descripció
- Tasques principals
- Formació
- Competències transversals
- Referents del sector
- Canals de recerca en l'ocupació de Community Manager

Data edició: juliol 2024

COMMUNITY MANAGER

Descripció

Un Community Manager és un professional encarregat de construir i mantenir una comunitat al voltant d'una marca, tant en línia com fora d'ella.

Les seves principals responsabilitats inclouen gestionar les xarxes socials, crear contingut atractiu, respondre a consultes i comentaris, i monitoritzar la percepció pública de la marca.

A més, els Community Managers desenvolupen i executen estratègies de comunicació i màrqueting per augmentar la visibilitat de la marca i fomentar la lleialtat dels seguidors. El seu paper també implica la moderació de debats i la resolució de conflictes, assegurant que la comunitat sigui un espai segur i positiu per a tots els membres.

Altres tasques inclouen l'organització d'esdeveniments, tant virtuals com presencials, per enfortir les relacions amb la comunitat i millorar la visibilitat de la marca.

També col·laboren estretament amb equips de màrqueting, relacions públiques i desenvolupament de productes per assegurar una comunicació coherent i efectiva (RecruitBetter) (SocMed Dashboard) (HubSpot Blog).

En resum, un Community Manager actua com la veu i la cara de la marca, gestionant totes les interaccions i comunicacions amb la comunitat, sempre amb l'objectiu de construir relacions sòlides i duradores amb els seguidors.

COMMUNITY MANAGER

Tasques principals

Gestionar la comunicació online bidireccional (empresa - comunitat):

- Contribuir en el desenvolupament d'estratègies de comunicació i difusió a les xarxes socials i comunitats virtuals (Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, etc.)
- Gestionar i dinamitzar les xarxes socials: Actualització de continguts, seguiment de les converses a la comunitat, fidelització dels "clients", detecció de líders interns i externs, detecció de comunitats i xarxes en què caldria tenir presència, etc.
- Mantenir i actualitzar blogs corporatius i participar en blogs i fòrums externs
- Identificar noves tendències o nous espais a la xarxa (webs, blogs, etc.) on caldria que la marca hi tingués presència i s'hi pogués posicionar
- Definir, proposar i generar accions, continguts, promocions i campanyes

Participar en el desenvolupament i validació de les estratègies comercials i de màrqueting de l'empresa, i en la definició de noves línies estratègiques:

- Participar en l'elaboració del Social Media Plan
- Fer seguiment de la competència i analitzar els resultats de les accions pròpies i dels competidors
- Gestionar la reputació online de l'empresa controlant l'ús correcte de la marca.
- Gestionar els comentaris que puguin afectar a la marca, tant positiva como negativament
- Monitoritzar la reputació i imatge a la xarxa dissenyant informes i elaborant estratègies que afavoreixin la correcta imatge a la xarxa
- Analitzar la informació que genera la comunitat per poder generar nous continguts

COMMUNITY MANAGER

Participar en les funcions d'atenció al client:

- Comunicar i/o resoldre d'incidències amb els/les clients/es
- Coordinar-se amb la resta de departaments per a la resolució d'incidències

Mantenir-se al dia de les novetats en plataformes de Social Media i de les noves eines disponibles

Formació relacionada

Certificat de professionalitat nivell III

- Especialista en màrqueting digital
- Gestió de màrqueting i comunicació
- Intel·ligència artificial (IA) aplicada a màrqueting digital

Cicles Formatius Grau Superior

- CFGS. Desenvolupament d'aplicacions multiplataforma
- CFGS. Desenvolupador/a d'aplicacions web

Estudis universitaris

- Comunicació cultural
- Comunicació

COMMUNITY MANAGER

- Comunicació audiovisual
- Comunicació i indústries culturals
- Informació i documentació
- Comunicació i periodisme audiovisuals
- Publicitat i relacions públiques
- Periodisme
- Publicitat, màrqueting i relacions públiques
- Màrqueting i comunitats digitals
- Continguts digitals interactius
- Humanitats
- Humanitats i estudis culturals
- Psicologia

Formació de postgrau i complementària

- Postgrau en Community Manager & Social Media
- Curs d'especialització en Community Manager
- Formació complementària en disseny gràfic i/o programació web

COMMUNITY MANAGER

Competències transversals

Disposició a l'aprenentatge

- Detecta les mancances que té en relació a les noves eines, aplicacions, novetats, etc. que van sorgint i mostra interès i curiositat per a cercar informació per a la millora dels coneixements relacionats amb la feina (informació sobre cursos, jornades, intercanvi d'experiències, contacte amb altres professionals, mètodes d'autoaprenentatge...). Es manté en permanent aprenentatge i autogestiona aquest procés.
- Davant d'una mateixa situació o problema identifica i utilitza diverses respostes possibles i aplica nous coneixement i capacitats (per exemple, aplica noves estratègies de comunicació amb la comunitat millorant l'eficàcia: davant d'una mostra de descontent, respon de manera ràpida anticipant-se a una possible crisi)

Capacitat de comunicació

- Sap quins canals utilitzar per cercar informació rellevant de l'empresa a la xarxa i és capaç de seleccionar, interpretar, prioritzar i destriar la informació valuosa de la que no ho és (per exemple, quan troba informació rellevant de l'empresa, analitza qui és la font, quin és el missatge clau que està donant i quin impacte pot tenir a la comunitat)
- És capaç de donar la informació clau a l'empresa, utilitzant un discurs clar i concís que reflecteixi la imatge que la marca està generant a la xarxa.
- Interacciona amb la comunitat utilitzant un discurs i llenguatge atractius, dinamitzant el grup de seguidors i fidelitzant els membres de la comunitat generant interès per la marca (davant del llançament d'un producte, utilitza eslògans atractius per a promocionar-lo, convida a la comunitat a que opinin sobre el producte, facilita continguts relacionats amb el producte, etc. Tot plegat, adaptant la forma d'expressió a les característiques de la comunitat –juvenil, amb interessos culturals, clients/es d'una empresa de serveis, afiliats a un partit polític-)

COMMUNITY MANAGER

Capacitat de negociació

- Genera negociacions des de la màxima de "guanyar-guanyar". Es preocupa de que l'empresa i la comunitat quedin satisfets del procés de negociació intercanviant contrapartides i oferint concessions a canvi d'altres avantatges i beneficis, si és necessari (per exemple, davant un suggeriment de la comunitat, pren nota de les aportacions, n'avalua la viabilitat, presenta les propostes a l'empresa i afavoreix que se s'acceptin exposant les oportunitats que es poden generar i consegüentment, la fidelització de la comunitat vers la marca).
- No imposa únicament el seu criteri, sinó que negocia des d'interessos i no des de posicions (és capaç de situar-se d'igual a igual davant la comunitat, copsant els seus interessos i empatitzant amb el grup sense perdre de vista la seva funció). Té clar que la gestió, o no, de certes demandes es farà a raó dels interessos d'ambdues parts i de la viabilitat de les propostes i no de la posició de que ocupa ell/a i dels seus propis interessos.

Capacitat de treball en equip

- Es coordina amb els companys/es per assolir l'objectiu comú de l'equip (en el cas d'haver de dur a terme una tasca amb altres membres de l'equip té clar que es treballa per un objectiu comú, sap demanar ajuda si la necessita i n'ofereix sempre que la necessiti algun membre de l'equip). Entén que el treball en equip requereix de cooperació.
- Escolta els companys/es, valorant sincerament les seves idees i experiència, per aprendre d'ells/es
- Entén que la comunitat, tot i no formar part de l'equip intern de l'empresa, forma part del conglomerat (de manera indirecta) i que cal incorporar-la com a un element extern de l'equip (aporten idees, fan suggeriments, generen oportunitats, etc.)

COMMUNITY MANAGER

Organització de la pròpia feina

- Programa i coordina les tasques a realitzar, assignant feines i establint temps, a efectes d'optimitzar el rendiment i donar la millor resposta possible als requeriments de la situació.
- Clarifica els rols, objectius i responsabilitats amb els seus companys/es, col·laboradors/es i superiors/es per garantir l'acompliment de la planificació - Defineix plans d'acció en base a uns objectius, amb una adequada coordinació, control i seguiment de les accions a realitzar a mig i llarg termini
- Té en compte les possibles desviacions i la forma d'ajustar la seva pròpia planificació a curt, mig i llarg termini

Pensament analític

- És capaç d'analitzar situacions i prendre decisions conseqüents (per exemple, sap identificar quin és el millor canal per a promocionar un producte i aplica un pla a ajustat a les necessitats i objectius)
- Reconeix varies causes possibles d'un fet, o varies conseqüències d'una acció o una cadena d'esdeveniments (per exemple, davant d'un encàrrec nou identifica què se li està demanant i per a què, què implica dur-lo a terme, analitza el procés i el procediment de treball i és capaç d'organitzar la feina cercant la solució més eficient i contemplant l'evolució que pot tenir)
- Descompon un problema en múltiples parts, desglossant al detall cadascuna d'elles i establint les relacions causals de les mateixes (per exemple, davant d'una crisi és capaç d'identificar què la pogut generar, com ha evolucionat la situació fins arribar a la crisi, i quin efecte crida han pogut tenir els primers comentaris a la xarxa)

Iniciativa

- Crea oportunitats de negoci i/o de millora de la reputació de l'empresa a la xarxa aportant idees i realitzant propostes innovadores.

COMMUNITY MANAGER

- Actua proactivament, anticipant obstacles o minimitzant problemes potencials (per exemple, davant del descontent no espera a que la situació vagi a més, sinó que és capaç d'identificar d'on sorgeix el descontent, analitzar possibles vies de solució i aplicar-les)
- Preveu oportunitats de millora no evidents i realitza accions per aprofitar-les, amb anticipació. Genera noves idees i projectes per anticipar-se a les tendències de l'entorn i a possibles demandes que poguessin sorgir de la comunitat (per exemple, quan entra a un blog per fer seguiment dels comentaris sobre un producte nou que ha tret l'empresa i observa un parell de persones molt fidels a la marca comentant que els agradaria que l'empresa els sorprendés més, recull aquestes aportacions, pensa possibles oportunitats i ho trasllada al departament corresponent com a informació a tenir en compte per desenvolupar noves línies de productes).

Gestió de situacions d'estrès / Tolerància a la disconformitat, frustració.

- Comprèn com les pròpies emocions afecten al seu acompliment i s'assegura que no interfereixin a la seva feina
- Segueix funcionant de manera eficient i eficaç i respon de manera constructiva i assertiva malgrat l'estrès
- Fa servir tècniques o hàbits específics per controlar les emocions i la tensió (per exemple, aplicant tècniques de respiració, organitzant la feina alternant tasques senzilles amb d'altres més complexes, etc.)
- Controla la frustració davant d'obstacles freqüents o les dificultats per aconseguir els objectius (per exemple, davant d'una situació no resolta o d'un fracàs és capaç de prendre distància, analitzar què ha passat, assumir les responsabilitats que li pertoquin sense que això minimitzi la seva capacitat d'actuació i treure aprenentatges dels errors comesos)

Polivalència

- Respon amb flexibilitat i s'adapta a imprevistos, dificultats i obstacles que poden arribar a canviar significativament la seva feina o la planificació del dia

COMMUNITY MANAGER

- És capaç de dur a terme tasques puntuals d'altres llocs de feina, sempre i quan siguin assumibles i vagin acompanyats d'una supervisió (per exemple, en un moment donat ha de ser capaç de realitzar tasques de moderador/a de xats o d'animador/a d'un fòrum)
- Pot aplicar coneixements i tècniques relacionades amb la ocupació (però no necessàriament imprescindibles) i que aporten un valor afegit (per exemple, edició d'un vídeo, realització de fotografies, elaboració d'una web, etc.)

Adaptabilitat

- En l'execució de la feina s'assegura que domina els coneixements, el procés i el procediment, les tècniques, etc. Així que assoleix els resultats amb qualitat, aplica canvis que li permetin millorar la feina com: optimitzar els recursos i el temps, perfeccionar la tasca, assolir els resultats abans augmentant la qualitat, etc.
- Mostra una actitud positiva cap al canvi i la innovació i entén aquests canvis com a oportunitats, amb capacitat d'adaptar-s'hi de manera crítica i constructiva (per exemple, davant l'aparició d'una nova xarxa social, l'estudia amb detall, n'investiga totes les possibilitats, n'analitza el possible interès per part de l'empresa, en proposa l'ús si s'escau, gestiona els canvis que pot comportar a nivell intern i en treu el màxim rendiment).

Creativitat

- Davant d'una situació de crisi és capaç d'oferir respostes i estratègies originals que incideixin en la resolució de la situació no desitjada i que, a més, puguin millorar la imatge de la marca a la comunitat.
- Qüestiona la metodologia convencional del treball. Està preparat/da per provar noves i diferents solucions i per seguir un enfocament poc ortodox proposant metodologies poc convencionals, encara que impliquin un cert risc (per exemple, davant d'una demanda d'assessorament en l'estratègia de comunicació és capaç de proposar canvis significatius –donar-se de baixa de certes xarxes, renovar de dalt a baix un blog o una web, etc.)

COMMUNITY MANAGER

Referents del sector

elGremi
de publicitat, comunicació i màrqueting ●

El Gremi de publicitat, comunicació i màrqueting té com a objectiu de convertir-se en el referent de les agències de publicitat, màrqueting i comunicació de Catalunya, fomentant el seu creixement i reconeixement.

IPMARK és un mitjà de referència per als professionals del màrqueting i la publicitat a Espanya. Realitza el següent tipus de publicacions:

IPMARK

- Informes sectorials. Publicacions d'anàlisi del context econòmic, sectorial i de comunicació comercial de les diferents categories d'activitat econòmica. Disponibles en línia i offline.
- Monogràfics. Treball editorial a mida per a companyies i marques. Contingut corporatiu exclusiu d'alt valor afegit.

COMMUNITY MANAGER

Canals de recerca en l'ocupació de Community Manager

Portals específics per a la recerca de feina en l'ocupació de Community Manager:

Adaspirant.com

Dirigit a professionals que s'inicien en l'àmbit de la publicitat. Permet promocionar la feina i els continguts realitzats, publicant-los a la pàgina principal durant una setmana.

Dima Jobs

Oportunitats relacionades amb la publicitat i el màrqueting digital: xarxes socials, comerç digital, analítica de dades, etcètera.

Empleo Marketing

Cercador especialitzat en màrqueting digital que permet filtrar les ofertes per província o categoria.

Empreses de selecció i intermediaries

Michael Page

Orientada a la selecció de personal en els àmbits professionals de la banca, les finances, els recursos humans, el màrqueting i la comunicació (digital & e-commerce) i d'altres. També permet enviar l'autocandidatura per a ofertes de feina internes relacionades amb la gestió del talent, l'administració o l'acció comercial.

COMMUNITY MANAGER

Randstad

Compta amb un cercador que permet filtrar per àmbit d'activitat, des d'administració i suport a l'empresa fins recursos humans, passant per finances, màrqueting i relacions públiques.

Autocandidatures ocupació Community Manager

Hill + Knowlton Strategies

Agència internacional de relacions públiques, assumptes públics i diplomàcia corporativa, amb oficines a Barcelona. A través de l'enllaç es poden consultar les vacants disponibles arreu del món.

iEstrategic

Agència de màrqueting digital ubicada a Barcelona. La pàgina inicial del web inclou un apartat on consultar les ofertes de feina en actiu. Llorente y Cuenca

LLYC

Consultoria de màrqueting digital, publicitat i comunicació corporativa, amb presència a Espanya, Portugal i Amèrica. Publica ofertes de feina al seu web i ofereix l'opció d'emplenar un formulari per a enviar l'autocandidatura.

Ogilvy

Barcelona Empresa de publicitat i màrqueting internacional, amb oficines a diverses ciutats del món i projectes d'abast internacional. El web incorpora un cercador d'ofertes de feina, que poden ser filtrar-se per paraula clau, categoria o ubicació.

COMMUNITY MANAGER

Vinces

Agència internacional especialitzada en assumptes públics i lobbisme, amb oficines a Barcelona, Madrid i Brussel·les. En general, les ofertes de feina que publiquen inclouen com a requisit haver cursat estudis superiors relacionats amb les ciències socials, com ara dret, periodisme, ciències polítiques o relacions internacionals.

Borsa de treball Ajuntament de Mataró

A la borsa de treball del SOM podràs trobar ofertes de la zona de Mataró i rodalies.

Llista google

Llista google d'empreses del sector del màrqueting digital de la zona de Mataró.