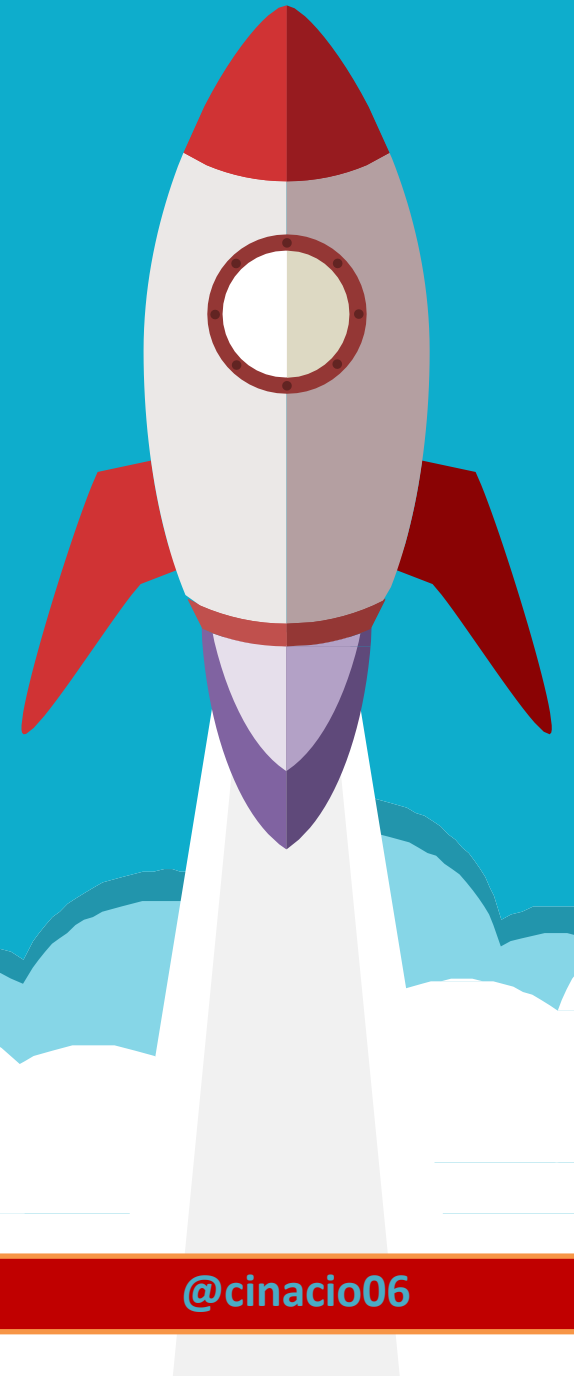


Guía del Community Manager



Índice de la Guía del Community Manager



🎯 Qué es un Community Manager

🎯 Definición de Community Manager

🎯 Objetivos del Community Manager

🎯 10 habilidades de un Community Manager

🎯 10 preguntas que deberías plantearte

🎯 Funciones de un Community Manager

🎯 10 cualidades esenciales de un CM

🎯 8 consejos para triunfar como CM

🎯 10 claves para destacar

🎯 10 herramientas para el CM

🎯 10 errores a evitar por un CM

🎯 Glosario del CM



**¿Qué es un
Community Manager?**

¿Qué es un Community Manager?

Según algunas de las muchas definiciones de profesionales que he leído sobre lo que es [Community Manager](#):

- “Es responsable de la comunidad online que se crea en torno a un producto o una empresa” Jose Manuel Antoral, community manager de Antena 3.
- “El community manager es, sobre todo, la voz de los usuarios en la empresa y los oídos de la empresa en las redes sociales” Dovidena del Campo, CM de Groupalia.
- “Un profesional con la habilidad de comunicar de forma coherente y organizada en redes sociales” Pedro Rojas, especialista en CM.

*Definiciones extraídas del libro “El gran libro del Community Manager” de Manuel Moreno.



¿Qué es un Community Manager?

Teniendo en cuenta estas definiciones, se puede concluir que:

“ **Community Manager** es un profesional especializado en herramientas 2.0, encargado de gestionar las redes sociales y la comunicación de una marca en Internet, o sea, la voz de la empresa antes sus consumidores y la voz de esos ante la empresa”.

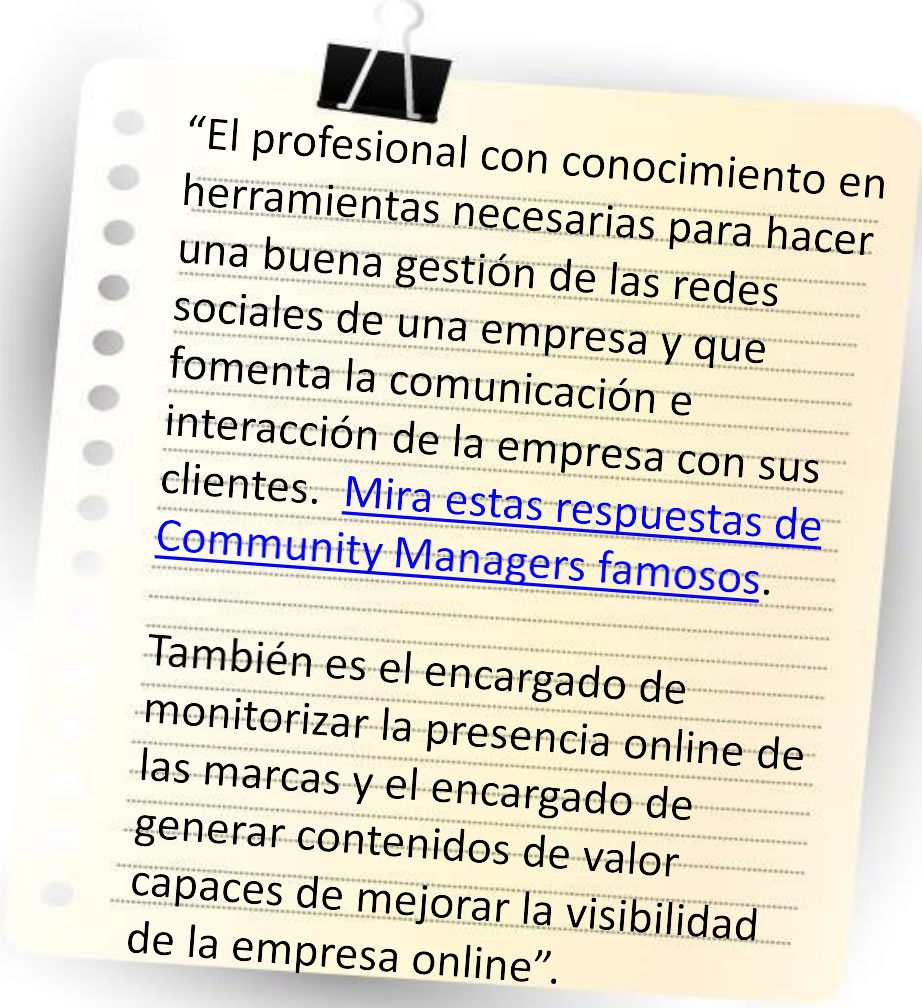


Definición de Community Manager



Definición de Community Manager?

Una buena definición de Community Manager puede ser:



“El profesional con conocimiento en herramientas necesarias para hacer una buena gestión de las redes sociales de una empresa y que fomenta la comunicación e interacción de la empresa con sus clientes. [Mira estas respuestas de Community Managers famosos.](#)”

También es el encargado de monitorizar la presencia online de las marcas y el encargado de generar contenidos de valor capaces de mejorar la visibilidad de la empresa online”.



Objetivos del Community Manager

Objetivos del Community Manager

Algunos de los objetivos más comunes de un Community Manager son:

- Mejorar la **visibilidad de una marca** o empresa en Internet;
- Mejorar la **Reputación Online** de la marca;
- **Aumentar los seguidores** en las redes sociales de la empresa;
- Mejorar el **SEO** de la empresa (posicionamiento en los buscadores);
- Mejorar el “**engagement**” entre la marca y la comunidad;
- Prestar un el **Servicio al Cliente** más personalizado;
- Conseguir más **suscriptores**;
- Identificar **oportunidades** de contenidos;
- Conseguir crear relación con **Influenciadores**;
- Maximizar las **conversiones**, etc.



10 Habilidades o características de un Community Manager



10 Habilidades de un Community Manager

Algunas de las características que una empresa busca en un Community Manager son:

1. **Ser organizado** – Es una habilidad esencial y que les gusta mucho a las empresas. En esta profesión tienes que gestionar muchos temas, así que es fundamental que tengas organización en el trabajo para establecer prioridades y fechas de entrega de contenidos.
2. **Tener empatía** – Es muy importante ya que tienes que tener esa empatía para conseguir conectar con los usuarios de una manera natural. Es fundamental para establecer conexiones y conversaciones valiosas para la empresa.
3. **Actuar rápido** – En esta profesión ofrecer una buena atención al cliente es muy importante, por eso la velocidad con que consigues responder a los problemas de los usuarios es un factor que las empresas valoran mucho.
4. **Tener paciencia** – Tienes que saber actuar rápido, pero siempre con calma y tranquilidad, para no dar una respuesta equivocada al problema, ya que se puede transformar en una crisis de reputación.
5. **Saber escribir** – No es solo escribir sin cometer errores, es también tener pasión por lo que escribes, esto es, conseguir crear contenidos que enganchen a los lectores.

10 Habilidades de un Community Manager

- 6. Saber comunicar** – Una persona que sepa comunicar lo que quiere de una manera clara y efectiva, tiene muchas más probabilidades de éxito. En esta profesión tienes que saber recibir las críticas con buen humor para poder contestar de la manera más correcta.
- 7. Tener improvisación** – Es una característica que cada vez más las empresas buscan en este tipo de profesionales. Buscan managers que tengan una buena dosis de improvisación y que consigan pasar del plan A al B en poco tiempo.
- 8. Tener creatividad** – En esta profesión ser un profesional creativo es muy valorado por las marcas, ya que de ello depende que consigas dar ideas chulas y distintas a los contenidos tradicionales.
- 9. Persona con mente abierta** – Es necesario estar atento a las últimas tendencias y siempre de mente abierta, para poder observar oportunidades de contenido donde otros no las ven.
- 10. Ser estratégico** – Las empresas buscan profesionales que consigan crear estrategias que adapten sus contenidos a las diferentes redes sociales. Te dejo a parte algunos [hábitos que deberías igualmente adoptar para triunfar con tus redes sociales.](#)

10 Preguntas que deberías plantearte



10 Preguntas que deberías plantearte

Existen una serie de preguntas que deberías plantearte antes de decidirte ser Community Manager

- ¿Ser un gestor de comunidades realmente me apasiona?
- ¿Estoy preparado para ser community manager?
- ¿Estoy con ganas de mejorar mi perfil profesional community manager constantemente?
- ¿Conozco las herramientas necesarias para gestionar las redes sociales?
- ¿Tengo capacidad para escuchar y dar soluciones lo más breve posible?
- ¿Consigo identificar las necesidades de una marca o empresa y de su público objetivo?
- ¿Consigo generar debates y opiniones en mis perfiles sociales?
- ¿Trabajar en un entorno donde tengo que gestionar reclamaciones o exigencias, es algo que me gusta?
- ¿Me gusta el trabajo en equipo y seguir estrategias?
- ¿Estoy dispuesto a una exposición constante online y en ser la figura más visible de una marca?



funciones de un Community Manager



funciones de un Community Manager

- **Escuchar y atender la comunidad**

Es muy importante que el responsable por gestionar las redes sociales de la empresa escuche lo que dicen los usuarios, les conteste y resuelva sus dudas. Cuando escuchas a un usuario es fundamental que sea una escucha proactiva, o sea, que el usuario perciba que le estás escuchando y que estás intentando resolver su problema. Con ello, posiblemente estarás fidelizando a un posible cliente para tu marca.

- **Crear y compartir contenidos**

A parte de gestionar las redes sociales de la empresa, la creación de contenidos para el blog y para compartir en las redes sociales es una de las funciones más habituales en esta profesión.

- **Conversar con la comunidad**

Esta tarea ocupa la mayor parte del tiempo laboral del community manager y se suele realizar al mismo tiempo que realiza otras funciones. Para conocer mejor tu target es bueno que hables con ellos, les cuentes cosas de la marca, para que te perciban como más cercano y ganen confianza para contarte sus necesidades. Así, podrás alcanzar más fácilmente tus objetivos.

funciones de un Community Manager

- **Monitorizar los contenidos**

Es una de las tareas más rutinarias en esta profesión, pero monitorizar las publicaciones que realizas y medir su impacto es muy importante porque te permitirá generar posteriores informes de actividad y seleccionar los mejores contenidos para cada una de las redes sociales de la empresa.

- **Realizar un calendario editorial**

La planificación es una tarea fundamental en toda estrategia de marketing de contenidos y por eso crear un calendario de publicaciones es muy importante, para seguir una estrategia y compartir los contenidos según las horas de publicación de mayor impacto.

- **Trabajar y mejorar la Marca Personal de la empresa**

Hoy en día todas las marcas o empresas lo desean, y cuando contratan un community una de sus intenciones es mejorar su imagen de marca. Por eso, debes aprovechar muy bien las redes sociales para trabajar al máximo la marca personal de la empresa y hacer que sea más relevante y conocida en su sector. Mira algunos [errores a evitar con tu Marca Personal](#).

funciones de un Community Manager

- **Conseguir más seguidores**

Otra de las tareas que las empresas desean mucho, es ver cómo crece su comunidad de seguidores en los perfiles sociales. Pero como ya lo sabes, para conseguir tener una buena tasa de engagement es muy importante conseguir que esa comunidad crezca con seguidores de calidad, antes que cantidad. Es esencial que sean followers a los cuáles les interese tus contenidos.

- **Realizar networking**

Como es normal, las empresas desean conseguir conectar con las personas más influyentes de un sector y para conseguirlo nada mejor que realizar networking con otros profesionales relevantes. Con ello conseguirás mejorar la imagen de marca de la empresa y ganarás visibilidad en ese sector.

Estas son algunas de las funciones diarias en el community management, pero existen muchas otras como: gestionar una crisis online, prestar atención al SEO, realizar análisis de palabras clave, análisis de la competencia, crear anuncios (SEM), crear promociones de email marketing, etc.

10 Cualidades de un Community Manager



10 Cualidades esenciales de un Community Manager

1 Buen comunicador

Es fundamental ser un buen escritor y tener una buena capacidad de comunicación. Si consigues escribir y comunicar de una manera simple, atrayente, creíble y sin rodeos posiblemente conseguirás captar la atención de los usuarios más rápidamente y atraerlos hacia tus contenidos.

2 Profesional cualificado

Este profesional tiene que estar formado y conocer las herramientas necesarias para conseguir realizar un buen trabajo, así como el entorno profesional. Es una cualidad esencial y que muchas veces se olvida.

3 Persona humilde

Ser humilde y tratar a los usuarios de la marca con respeto, cordialidad y sensibilidad es medio camino para conquistarlos. Debes intentar saber cómo se sienten, cuáles son sus necesidades o problemas, para generar una empatía natural con ellos.

10 Cualidades esenciales de un CM

4- Ser creativo

Si eres una persona creativa tienes muchas posibilidades de ser un buen community manager, ya que conseguirás crear contenidos de valor muy buenos y únicos, así como, contestar a las cuestiones de los usuarios siempre de una manera resolutiva y eficaz.

5- Tener capacidad de escucha

Si tienes una buena capacidad de escucha es importante ya que te permitirá conocer mejor tu comunidad y tener en cuenta sus sugerencias y, con ello, generar más confianza entre ambas partes. Otra de las [cualidades importantes](#).

6 – Tener sentido común

Cualidad apreciada cuando tienes que enfrentar situaciones no previstas a lo largo del día laboral. Se aconseja actuar con responsabilidad y sentido común siempre que tengas que gestionar las redes sociales de una empresa.

7- Ser carismático

Si sabes interactuar con los usuarios y consigues engancharlos a la marca, tus probabilidades de éxito se multiplican. Para eso, debes conseguir que ellos se sientan involucrados y escuchados en todo momento por la empresa.

10 Cualidades esenciales de un CM

8 Capacidad de reacción

Debes ser una persona que actúa de manera correcta ante una situación de crisis. Tienes que ser una persona proactiva y con una capacidad de reacción muy rápida.

9 Principal seguidor de la marca

Para triunfar en una marca, deberías saber y conocer todo acerca de la misma, ser su principal fan. Saber todo sobre su target (motivaciones, necesidades, horarios de mayor audiencia, etc) y su competencia (saber qué les funciona y qué no les funciona).

10 Capacidad analítica

Saber interpretar datos, monitorizar, evaluar y entender a través de herramientas 2.0 qué necesita tu comunidad (lo que le gusta, horarios, tipos de contenidos, etc.), te hará ser un excelente community manager. No pierdas nunca esta capacidad analítica, ni cuando pienses que todo va fenomenal, pues será fundamental para tu éxito.

8 Consejos para triunfar como CM

1 Tener paciencia y pasión por escribir

Si quieres triunfar es indispensable que tengas muy presente que tienes que dedicarle mucho tiempo a escribir y que te gusta hacer comentarios en blogs y en las redes sociales. Si no tienes paciencia y pasión por lo que escribes, al final te cansarás y dejarás esta posible oportunidad de empleo de lado.

2 Fórmate como Community Manager

Es un paso fundamental para construir un perfil profesional adecuado. La formación te ayudará a tener las ideas más claras, a organizar mejor tu trabajo y a crear unos hábitos de trabajo.

3 Crea tu propio blog

Es un paso imprescindible si quieres triunfar en el community management, pues con tu propio blog puedes mostrar tu trabajo y con ello diferenciarte de tu competencia. Además, con tu propio blog aprendes mucho más rápido, ya que pones en práctica todo lo que vas aprendiendo y si lo haces bien será tu mejor carta de presentación ante una empresa. Es donde puedes trabajar mejor tu marca personal. Si necesitas ver que ventajas te aporta un blog a nivel profesional mira [este artículo](#).

8 Consejos para triunfar como CM

4 Aprende las claves de los mejores

Cuando realices algún curso de community manager verás que aprenderás mucho de tus profesores porque serán grandes profesionales en este sector, así como cuando empieces a relacionarte con otros profesionales. Mi consejo es que intentes extraer lo mejor de cada uno de ellos, lo aprendas y si puedes intentar mejorarlo.

5 Domina las principales redes sociales y agregadores de noticias

Es muy importante que domines algunas de las redes sociales más importantes como [Twitter](#), [Facebook](#), así como los agregadores de noticias más influyentes, porque son canales que te ayudarán a difundir tus contenidos y darán a conocer tu marca personal. Si sabes utilizarlas correctamente conseguirás aumentar las visitas a tu sitio web de una manera muy efectiva y natural. Mira estos [20 Consejos para dominar Google +](#).

Redes sociales y Agregadores de noticias que un Community Manager debe dominar

Facebook

Google +

Pinterest

MktFan

Twitter

Instagram

Bitácoras

Linkedin

YouTube

Marketertop



8 Consejos para triunfar como CM

6 Domina herramientas esenciales para el Community Manager

Es muy importante, ya que a veces estos profesionales llegan a las empresas y no saben usar algunas de las herramientas fundamentales para gestionar los perfiles sociales de la empresa. Existen muchas herramientas hoy en día y es imposible controlar todas, pero por lo menos debes dominar aquellas que son elementales.

7 Crea y adopta estrategias

Si quieres alcanzar grandes resultados en esta profesión tienes que definir tus objetivos desde un principio y crear y adoptar una serie de estrategias para conseguir lograr esos mismos objetivos. Algunas pueden ser:

- ✓ Utilizar nuevos formatos para los contenidos (infografías, videos, tutoriales, etc); utilizar un calendario de creación de contenidos; fijar KPIs, para ayudarte a saber qué objetivos estas cumpliendo y cuales no; etc.

8- Participa en conferencias y eventos

Verás que en cuanto empieces a dar pasos más firmes en este sector aparecerán propuestas para que tú mismo participes como ponente en alguno de ellos. Eso te dará una enorme visibilidad en el sector.

10 claves para destacar como Community Manager



10 claves para destacar como CM

1. **Se humilde** – es una de las claves para el éxito. Por lo menos es la clave común que he encontrado entre los profesionales que he conocido que más me han impresionado. Aunque te hagas grande más rápido de lo que imaginabas nunca pierdas la humildad y trata a tus seguidores como siempre lo hiciste.
2. **Ten paciencia** – Para mí es una clave fundamental, pues he visto a mucha gente buena desistir por no ver resultados pasados unos meses. Mi consejo es: trabaja bien y confía en tu trabajo y la recompensa llegará.
3. **Mantén el control**– Aunque te salga algún troller o un usuario más pesado, no pierdas la cabeza. Si lo consigues es señal que tienes características fundamentales para esta profesión.
4. **Adáptate a tu comunidad** – Es muy importante que tengas claro que tu comunidad estará siempre cambiando, por eso debes adelantarte y adaptarte a ella. Tener tu comunidad satisfecha es un buen indicio de éxito.
5. **Realiza una escucha activa constante** – ello te permitirá obtener una información muy importante y clave sobre lo que tu comunidad piensa de ti y de tu manera de actuar.

10 claves para destacar como CM

- 6. Pon cara y nombre a tus usuarios** – Es una de las claves principales del éxito de un community manager. ¿A quién no le gusta ser tratado por su nombre o que le reconozcan? Es importante saber quién es quién en tu comunidad para cuando necesites su ayuda poder dirigirte a ellos y saber que te van a corresponder.
- 7. Usa el lenguaje de tu comunidad** – Intenta hablar de cosas que les interese, compartir contenidos útiles para ellos o que les proporcione ayuda para algo. Hace que vean que te importan y ganarás su complicidad.
- 8. Se organizado** – Verás cuando empieces algún curso de community manager que tendrás muchos temas que tocar, muchas herramientas que utilizar, etc, y por eso, necesitarás ser muy organizado o perderás rápidamente el control de la situación y empezarás a agobiarte con tanto por controlar.
- 9. No te precipites con la respuesta** – Es muy importante que investigues antes de dar una respuesta, para poder dar una contestación clara y 100% correcta. Además, deberías siempre que puedas investigar también quién es el usuario que te escribe (un influencer, un troll, un usuario normal, cuantos seguidores tiene, etc) para saber qué tipo de respuesta tienes que dar y los tiempos que puedes utilizar.
- 10. Realiza un trabajo continuo** – Es una clave para todas las profesiones, si quieres ser bueno en algo es importantísimo que realices un trabajo diario de calidad. En esta profesión es fundamental que tu comunidad vea y sienta que realizas un trabajo constante y con ello te valorará bastante.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.



TEXT 1
Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit.

10 herramientas para el Community Manager

10 herramientas fundamentales para el CM



Klout: analiza la influencia o popularidad en las redes sociales de una persona o marca. Asigna a cada usuario una puntuación que refleja su grado de influencia social y es uno de los factores o criterios que se analizan para contratar a un Community Manager.



Hootsuite: Es la herramienta de gestión de redes sociales más usada en el mundo. Con ella puedes programar publicaciones (fecha y hora que tú decidas), insertar enlaces donde se pueden acortar las URL de los mensajes publicados; crear una lista de personas influyentes que deseas seguir; etc.



Buffer: Con ella puedes programar las publicaciones de tus artículos en Twitter, Facebook, LinkedIn y Google+ para las horas que tu deseas. Es ideal para cuando no tienes tiempo para publicar contenidos.



SocialBro: Es una herramienta muy completa que te permite gestionar y conocer a fondo tu cuenta y comunidad de Twitter. Con ellas podrás encontrar quién son los usuarios activos y de calidad en esta red social, entre muchas otras opciones.

10 herramientas fundamentales para el CM

TOPSY

Topsy: Es una buena herramienta social de escucha, que permite conocer toda la actividad que se produce en Twitter o buscar y analizar todos los tweets publicados desde 2006, así como, conocer los mejores influenciadores de nuestra competencia.



Feedly: Es una herramienta fundamental ya que me permite gestionar los feeds de tus blogs favoritos. Con ella puedes hacer una buena curación de contenidos y organízalos por temáticas o categorías y revisarlos más tarde.



Google Analytics: Te permite realizar análisis muy profundos de un sitio web, así como saber el tráfico de visitas de tu página web o blog, los visitantes en tiempo real, la duración de las visitas, conocer las conversiones, saber cuáles las páginas más vistas, etc. Es fundamental que la domines.



Mailchimp: Es una plataforma excelente para dar a conocer a los seguidores tu newsletter. Con ella puedes crear y gestionar tus listas de suscriptores, enviar emails personalizados con novedades de tus productos o hacer un seguimiento y realizar una analítica de los emails enviados, etc.

10 herramientas fundamentales para el CM

bitly

Bitly: Es una de las herramientas básicas para un Community Manager. Creo que es la mejor herramienta para acortar enlaces y seguir su impacto social en visitas.

 **ManageFlitter**

ManageFlitter: Es una de las herramientas más potentes para gestionar cuentas ya que nos permite filtrar fácilmente los usuarios que nos siguen, nos dejan de seguir o dejar de seguir a aquellos usuarios con poca actividad o que estén inactivos en Twitter.

Si deseas conocer otras herramientas que te pueden ayudar en las funciones del community management mira [esta gran lista](#).

Te aconsejo otros artículos que pueden interesarte con herramientas para tu día a día:

- [27 Imprescindibles Herramientas Inbound Marketing](#)
- [Las mejores herramientas para gestionar cada red social](#)

10 errores a evitar por un Community Manager

¡ERROR!



10 errores a evitar por un CM

- **Escribir con errores ortográficos**

Es uno de los errores más comunes en los community manager, por eso antes de publicar algún contenido o enviar alguna respuesta, debes repasar siempre lo escrito.

- **No comprobar la información**

Otro error grave es publicar algo sin comprobar que la información es real o está correcta.

- **Querer llamar la atención sin más**

Es importante estar al día de lo que pasa en el mundo, por si surge alguna oportunidad para crear un contenido. Pero hazlo siempre con cabeza, no intentes aprovechar de cualquier manera alguna noticia importante para llamar la atención, pues puede generar un efecto contrario.

- **Desconocer las herramientas básicas**

Es fundamental conocer por lo menos algunas de las herramientas básicas, porque si no puedes cometer errores graves al intentar publicar contenidos.

No cuidar el tono

Cuando tienes que contestar o publicar algún contenido tienes que controlar muy bien como lo haces, ya que si te pasas de tono, puede generar conflictos con los usuarios. Eres la voz de la empresa en las redes sociales.

10 errores a evitar por un CM

- **Confundirse de cuentas**

Es uno de los errores más comunes cuando un community manager tiene que gestionar varias cuentas a la vez. Por eso ten mucho cuidado pues genera una mala imagen de la marca. Mira [errores a evitar por un blogger](#).

- **No te hagas el gracioso**

Hoy en día está de moda las respuestas donde la gente intenta ser siempre graciosa. Pero te aconsejo a que si has empezado hace poco y no estás muy seguro, no lo hagas pues puedes caer en ridículo.

- **No te tomes a pecho los comentarios negativos**

Muchas veces cuando recibimos un comentario negativo sobre un contenido, podemos tener la tendencia de contestar de la misma manera. Intenta mantener siempre la cabeza fría y contestar con profesionalismo.

- **Usar hashtags en exceso**

Ya sabes que la utilización de los hashtags es benéfica para la divulgación de nuestros contenidos. Ahora no los utilices en exceso pues causan un efecto contrario. Utiliza entre 2 y 3 por publicación.

- **Contestar como si fueras un robot**

Uno de los problemas de las empresas, dan respuestas ya pre definidas para ciertas preguntas y al final las respuestas son siempre las mismas. Eso crea una mala imagen de la empresa que parece un robot contestando.

Glosario del Community Manager



Glosario del Community Manager

- **Acortador url** – Es una herramienta que permite reducir el número de caracteres de un enlace. Existen varios como bit.ly, ow.ly. o el de buffer, entre otros.
- **Agregador** - Es la página web o aplicación donde se muestran las actualizaciones de un conjunto de webs a través de sus RSS.
- **Algoritmo** - Es la forma que utiliza Google para posicionar un sitio web en los buscadores. A través del algoritmo, Google decide quién sale en primero, segundo o en otra posición en dicho buscador.
- **Backlinks** - O enlaces entrantes, son links que desde otras páginas, apuntan hacia la tuya. Son uno de los factores más importantes para el posicionamiento, pues cuantas más páginas relevantes te enlacen, más notoriedad ganará tu web o blog para Google.
- **Blog Post** - O entrada, es el nombre técnico que recibe la acción de publicar una entrada o un artículo en un blog. Las entradas pueden incluir texto, imágenes, vídeos o enlaces.
- **Blogosfera** - Conjunto de todos los blogs que se publican en el mundo.
- **Branding** - Es el conjunto de acciones que se llevan a cabo para crear y potenciar una marca.

Glosario del Community Manager

- **Call to action** - O llamada a la acción, es el mensaje que atrae y anima al usuario a realizar una acción.
- **Community Manager** - Es el profesional encargado de gestionar los perfiles en redes sociales de una empresa. También fomenta la comunicación e interacción de la empresa con sus clientes. Así como monitoriza la presencia online de las marcas y es el encargado de generar contenidos.
- **Contenido de valor** - Es el contenido que creamos que ayuda y aporta un valor real a los usuarios.
- **Contenido duplicado** - Se produce cuando para un mismo contenido existe más de una URL.
- **Conversión** - Se genera cuando un usuario completa una acción determinada.
- **Cookies** - Son pequeños archivos que las páginas web colocan en el ordenador de una persona cuando navega por la web, para seguir su rastro y saber sus hábitos de uso.
- **CPC** - El coste por clic, es el precio que paga el anunciante cada vez que el usuario pulsa sobre su anuncio.
- **CTR** - Es la cantidad de clics que recibe un anuncio dividida por la cantidad de veces que se muestra ese anuncio y que se expresa como porcentaje ($\text{clics} \div \text{impresiones} = \text{CTR}$).

Glosario del Community Manager

- **Dashboard** - Es el escritorio o área de administración de un blog, donde se pueden realizar todas las opciones disponibles (cargar archivos, gestionar comentarios, editar entradas, etc.)
- **Diseño Responsive** - Es un diseño web que busca la correcta visualización de un mismo sitio web en diferentes dispositivos (ordenadores, tablets o móviles).
- **Dominio** - Es el nombre con el cual se registra una marca, una persona o una empresa en Internet para tener su propio “nombre”.com, .es o .org. Ejemplo: www.claudioinacio.com
- **Email Marketing** - Conjunto de estrategias para promocionar productos y servicios de una marca a través del envío de mensajes de correo electrónico, para informar a los usuarios registrados en una base de datos.
- **Engagement** - Es la vinculación o pasión que un usuario tiene con una marca. Así como, el grado de interacción de los miembros de la comunidad con la empresa.
- **Fan Page** - Es la página de empresa que las marcas, empresas u organizaciones pueden crear en Facebook, para darse a conocer y conectar con sus fans.
- **Feed** - O archivo RSS, medio de difusión que permite distribuir el contenido de una web o blog entre sus fans.

Glosario del Community Manager

- **Google Analytics** - Es un servicio gratuito de estadísticas de sitios web. Con ella podrás realizar análisis muy profundos de un sitio web (saber nº de visitas, de páginas visitadas, canales de visitas, etc).
- **Guest Blogging** - Práctica muy común entre bloggers, en la que se escribe como invitado en un blog ajeno.
- **Hashtag** - O etiqueta, es una palabra o conjunto de palabras precedidas por el símbolo almohadilla (#) que representa un tema en las redes sociales.
- **Hosting** - Es un servicio informático que permite a un usuario alojar y almacenar los elementos (información, imágenes, vídeos, etc) que componen un sitio web.
- **Impresiones** - Es el número de veces que se muestra una página web.
- **Inbound Marketing** - O marketing de atracción, es una estrategia de marketing que consiste en hacer que sea el usuario el que te encuentre a ti, o sea, el contrario de la publicidad que es intrusiva.
- **Keyword** - Es la palabra clave que destacamos dentro de un artículo con la cual queremos aparecer en los buscadores. Suelen englobar el sentido general del contenido.

Glosario del Community Manager

- **Link Building** - Es una forma de posicionamiento SEO que busca aumentar la autoridad de una web o blog el máximo posible, mediante la generación de enlaces entrantes hacia la misma.
- **Marca Personal** - Conjunto de estrategias enfocadas a potenciar las capacidades y aptitudes de una persona en internet, o sea, el conjunto de percepciones que tiene otra persona de ti. ¡Crea tu [Marca Personal](#) ya!
- **Marketing de Contenidos** - Son aquellas estrategias de marketing enfocadas en ofrecer contenidos útiles y de ayuda a los usuarios a través principalmente del blog y del social media marketing.
- **Nicho de Mercado** - Es un grupo de personas con intereses comunes localizados en un emplazamiento determinado de Internet.
- **Pagerank** - Es un algoritmo que calcula el valor de un sitio web a través de los enlaces de las páginas que te enlazan. Es la forma en que Google mide la importancia de una web con un valor del 1 al 10.
- **Página de destino** - Landing Page o página de aterrizaje, es aquella página web a la que llegan los usuarios después de hacer clic en un enlace, un banner o un anuncio de texto.
- **Reputación Online** - Es la percepción que los usuarios tienen de una persona, marca o empresa en internet.

Glosario del Community Manager

- **SEM** - Son las siglas de “Search Engine Marketing” o marketing para motores de búsqueda. Es el tipo de marketing que busca promocionar páginas web en las páginas de resultados de los motores de búsqueda.
- **SEO** - Son las siglas de “Search Engine Optimization” u optimización para motores de búsqueda. Las acciones que se realizan para mejorar el posicionamiento de una web o blog en los resultados de los motores de búsqueda como Google o Yahoo.
- **Social Media** - Son plataformas de comunicación online donde los contenidos son creados y compartidos por los propios usuarios a través del uso de las tecnologías de la web 2.0, que permiten al usuario publicar sus propias imágenes, textos o vídeos y compartirlos con toda la red o con un grupo reducido de usuarios. Los tipos de medios sociales más utilizados son las redes sociales, los blogs o los microblogs.
- **Suscriptores** - Personas que realizan un registro donde ceden sus datos personales a una empresa y permiten que se les envíe información relacionada con los productos o servicios de esa empresa.
- **Tráfico Web** - Son las visitas que tiene un sitio web.

Si te ha gustado el glosario y quieres aprender más términos mira este completo, [diccionario del Community Manager](#)

¿Te ha gustado esta Guía del Community Manager?



Espero que si y que te ayude a mejorar tu CV y con ello, tener más posibilidades de encontrar trabajo.

Un fuerte abrazo y nos vemos en el siguiente ebook ;)

Ahhh si quieres, sígueme en twitter o Facebook y así será más fácil enviarte mi próximo Ebook ;)

- Twitter: [@cinacio06](https://twitter.com/cinacio06)
- Facebook: [El blog de Claudio Inacio](#)

Muchas gracias