

## **Cómo contratar a un súper Community Manager: 15 cualidades que has de tener en cuenta. [Elena Gómez]**

Aunque todavía no somos muy conscientes de ello en España, todas las empresas van a necesitar en un futuro muy próximo un Community Manager, ya sea interno o externo. Es una de las profesiones actuales con más futuro.

Voy a tratar de resumir, qué cualidades tenemos que tener en cuenta a la hora de seleccionar un magnífico Community Manager para nuestra empresa.

En este resumen, además de mi propia experiencia, he tomado en cuenta el decálogo de consejos prácticos que publicó Mashable <http://ow.ly/2tTkn> y todas las participaciones de varios foros de LinkedIn donde hemos debatido el tema.

Ahí van:

1. Ser un experto conocedor de la empresa para la que trabaja, su visión, misión y valores más profundos y además, ha de ser un apasionado de los productos o servicios de la compañía, ya que transmitirá dicha pasión a través de sus opiniones en las redes sociales.
2. Aunque le apasione su empresa y sus productos, nunca debe perder de vista que tiene que ser también el aliado de los clientes y usuarios (dentro de su empresa).
3. Debe ser un gran comunicador, que tenga gancho con las personas. Capaz de construir cada idea, cada frase, cada expresión sabiendo cómo se abren paso a través de la razón y la emoción. Y tiene que saber que las palabras “gracias”, “por favor”, “perdón” y “te quiero” encierran conceptos rotundos que hay que manejar con sutil maestría en la comunicación.
4. Disponer de dotes diplomáticas, mostrar respeto y sinceridad con todos los miembros de la comunidad. Ha de ser hábil y rápido en responder, y hacerlo con sentido del humor.
5. Polivalente o multitasking. Además de tener experiencia en marketing y comunicación, la experiencia o conocimientos básicos en diseño gráfico y web, e incluso algo de código pueden ayudarle mucho. En algunas ocasiones tendrá que entender bien temas técnicos para integrar el sitio web o blog en las plataformas sociales que convengan a la empresa.
6. Saber escuchar y entender todos los matices de las conversaciones, así como el lenguaje del entorno, tanto para responder como para apreciar las reacciones y adaptarse a las conversaciones. Es importante estar siempre al tanto de la actualidad y las métricas para poder optimizar al máximo las conversaciones con los usuarios.

7. A raíz del punto anterior, un Community Manager debe desarrollar su olfato para la viralidad, es decir, olfato para que sus mensajes sean referenciados, haciendo que otros colaboren en su difusión. Aquí es dónde cabe también su capacidad de observación, pudiendo detectar tendencias y adelantarse a las posibles situaciones.

8. Debe saber construir su red de contactos profesionales, tanto online como offline. Construir relaciones con otros Community Managers, Bloggers, Dircoms, Responsables de Marketing, Especialistas en Posicionamiento, etc; participando en eventos, encuentros y reuniones de las cuales aprenderá muchísimo y saldrá beneficiado.

9. El entusiasmo por el aprendizaje y la formación continua es clave en un mundo de constantes y rápidos cambios, en el cual además, este perfil ha de sentirse cómodo.

10. Poseer una visión global y ser un estratega, para desarrollar una estrategia general y flexible.

11. Ser, pensar y actuar como un emprendedor. Ya que será quien tome las riendas y la iniciativa a la hora de llevar a cabo ciertas acciones.

12. Un Community Manager será humilde para ejecutar y líder para dirigir. La mayoría del tiempo tendrá que realizar infinidad de tareas, pero a su vez tendrá que liderar, gestionar y motivar a otros para que se involucren en las redes sociales.

13. Mucha creatividad, templanza y paciencia para poder desenvolverse en arenas movedizas, situaciones difíciles, y competencia agresiva.

14. Debe tener visión comercial y facilidad para resolver problemas. Así como disponer de vocación de servicio, estando siempre dispuesto a colaborar y ayudar a los demás.

15. Su cargo ha de ser cercano a la dirección y con capacidad de decisión. Es muy importante que tenga experiencia, liderazgo y que cuente con la confianza de directivos y colegas, ya que debe ser él la persona que enseñe y contagie a los otros colaboradores de la empresa cómo ser apóstoles en las redes sociales.

¿Existe este Súper Community Manager?

Como decía Sergio Lopez Melgar : “Después de todas las virtudes que hemos asignado a nuestro “superCM”, tan solo decir queda, que si lo podéis remitir a nuestra agencia le contrato seguro ”

No nos desesperemos. Tenemos que ser conscientes y realistas que tenemos dos problemas fundamentales en España:

- Hay muy poca gente que reúna estas características porque falta mucha formación y experiencia en este ámbito. Por eso la labor que está haciendo la AERCO (<http://aerco.wordpress.com/>) en formación y networking es importantísima.

- Las empresas todavía no están dispuestas a pagar (aunque lo estarán en cuanto se den cuenta de los beneficios que reporta) lo que realmente vale un buen Community Manager con formación y experiencia.

Desde la Adigital (Asociación Española de la Economía Digital), <http://www.adigital.org>, somos muy conscientes de la importancia que va a tener esta profesión para el desarrollo de la economía digital en España e impulsaremos todos aquellos proyectos que traten de desarrollar al máximo la profesión de Community Manager.

Si hay 3 millones de empresas en España, de las cuales hay más de 350.000 con más de 10 empleados, dentro de 1 a 3 años, todas necesitarán un Community Manager...