



womenalia
the network for professional women

Womenalia.com participa en el Social Media Marketing Day

EL NUEVO COMMUNITY MANAGER SERÁ 4.0

- El 50,8% de las empresas que usa Social media tiene un Community Manager donde la mujer continua dominando la profesión, representando un 65% del total.
- En el marco del Social Media Marketing Day, Gema Minayo, Social Media Manager de Womenalia.com, ofrece las claves de esta nueva profesión.
- EL nuevo Community Manager es un profesional que debe gestionar cuatro grandes áreas, un profesional 4.0 que controle de forma activa el social media, el diseño web, el posicionamiento y la analítica web.

Madrid, 30 de enero de 2013.- El e-marketing, el e-commerce y el Social Media Marketing ya son piezas esenciales en los planes de comunicación de las empresas, por ello, este perfil profesional fue uno de los más demandados el año pasado.

Desde hace ya tres años el cuarto lunes de enero se conmemora, a nivel internacional, el trabajo de los Community Managers y profesionales que trabajan en el sector del marketing digital.

En este contexto, **Gema Minayo, Social Media Manager** de Womenalia.com participó ayer en el **Social Media Marketing Day** organizado por la escuela de formación Inesdi junto a otros expertos del mundo del marketing y el Social Media. En su intervención, “El nuevo Community Manager”, ofreció algunas de las características propias de este perfil profesional, al que define como un “**Profesional 4.0**” en el que se mezclan 4 profesiones y varias responsabilidades:

- **Social Media.** Desde el diseño de la estrategia de Social Media, así como la gestión, comunicación y difusión del contenido de valor. Todo ello para conseguir una creación de una comunidad con “engagement” hacia una marca y que ello lleve a un tráfico a la web a una conversión en ventas.
- **Diseño web.** Los Community Managers no son programadores ni diseñadores, pero tienen que conocer las bases de una buena usabilidad y diseño web orientado al usuario para que la web tenga un resultado óptimo.
- **Posicionamiento web.** Tienen que conocer desde la arquitectura web hasta la preparación de la misma para SEO. Y no se puede olvidar, lo más importante: el

contenido y la información que se transmite a través de las Redes Sociales y como afecta al posicionamiento en Google.

- **Analítica web.** La medición es la base del trabajo y de la responsabilidad del Community Manager. En internet todo es medible y en Redes Sociales también. Se tienen que medir todas las acciones, sean de éxito o fracaso y actuar en consecuencia en la comunidad. La conversión en ventas y en tráfico en básico a partir de esta fecha.

Minayo pone énfasis en los “**Digital Natives**”, los consumidores que han nacido en el mundo digital y desde edades muy tempranas participan del mundo Social Media. También en el hecho de que las empresas tienen que adaptarse a la nueva realidad llevando a cabo una estrategia única y global dentro del offline y el online.

La comunidad twitera estuvo muy activa, más de 1049 twits de 332 usuarios: @Edgarcialonso: *Interesantes conceptos los de #SMMDay que desmitifican un poco a todos esos expertos que nos venden por fascículos cómo manejar las RRSS; @gabriel3gg: @SeniorManager No existen reglas en las #rrss cada empresa y cada COMMUNITY MANAGER es distinto, aplica lo q te funciones #SMMDay; @Edgarcialonso: No mires solo cuánto se habla de ti. Mira con quién te mencionan y con qué sentimiento. #SMMDay*

Por lo tanto, el reto como profesionales del Social Media en este nuevo paradigma del Community Manager es tener una gran visión global del mercado, aprender a gestionar comportamientos humanos (aquí la inteligencia online es básica, para eso se tiene que trabajar el “engagement”), tener bien abiertos los oídos y por último, y no tan fácil, utilizar el sentido común.

Acerca de Womenalia.com:

Womenalia.com tiene como misión crear una Red social de Networking Mundial de Mujeres Profesionales que ayude a fomentar e impulsar la presencia de mujeres en puestos directivos, en la creación de empresas o en la generación de auto-empleo. Para ello, Womenalia pone a disposición de la mujer profesional una plataforma online colaborativa que integra red social, portal de contenidos y herramientas profesionales. El objetivo final es que las usuarias puedan desarrollarse profesionalmente más rápida y eficazmente fomentando además su visibilidad y notoriedad en sus mercados de referencia.

Womenalia.com cuenta con más de 186.000 usuarias en la plataforma con una previsión para este 2013 de superar las 500.000. Actualmente está presente en [Twitter](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#) y [YouTube](#).

Para más información:

Womenalia.com – 91 192 05 02

Blanca Moreno – bmoreno@womenalia.com

¡Únete a www.womenalia.com! Nos encantaría que formarás parte de nuestra Comunidad
