

Cargo: Coordinador Community Manager.

Área: Marketing – Community manager.

Jefe Inmediato: Director de Marketing - compras e importaciones.

I. OBJETIVOS DEL CARGO

- Coordinar y supervisar la gestión integral de la comunidad digital de la organización, mediante la planificación de estrategias de contenido, la administración de redes sociales, el seguimiento de indicadores y la dirección del equipo de Community Managers, para fortalecer el posicionamiento de la marca, mejorar la experiencia de los clientes y contribuir al cumplimiento de los objetivos comerciales y de marketing de la empresa.

II. RELACIÓN ORGANIZACIONAL

Organigrama:



III. FUNCIONES

1. Planificación y coordinación de la estrategia digital:

- Planificar las estrategias de contenido y comunicación digital de acuerdo con los objetivos de marketing y comerciales de la organización.
- Definir lineamientos y criterios para la gestión de las diferentes plataformas digitales.
- Coordinar campañas, lanzamientos y actividades promocionales con las áreas involucradas.

2. Supervisión de la gestión de redes sociales:

- Supervisar las actividades desarrolladas por los Community Managers.

- Verificar la adecuada atención de comentarios, mensajes y consultas recibidas en los diferentes canales digitales.
- Asegurar el cumplimiento de los estándares de servicio y comunicación establecidos por la empresa.

3. Revisión y aprobación de contenido:

- Revisar y aprobar las propuestas de contenido elaboradas por el equipo.
- Verificar que las publicaciones cumplan con los lineamientos de identidad corporativa y estrategia de marca.
- Coordinar ajustes y mejoras a los contenidos cuando sea necesario.

4. Gestión de la reputación e imagen de la marca:

- Monitorear permanentemente la percepción de la marca en medios digitales.
- Supervisar la atención de reseñas, comentarios y situaciones que puedan afectar la imagen institucional.
- Gestionar y escalar casos críticos o situaciones de crisis reputacional.

5. Supervisión de campañas y publicaciones:

- Verificar el cumplimiento de los cronogramas de publicaciones.
- Supervisar la correcta ejecución de campañas digitales y promociones.
- Coordinar acciones correctivas cuando se detecten desviaciones o incumplimientos.

6. Análisis de métricas y desempeño digital:

- Supervisar la recopilación y análisis de información proveniente de las plataformas digitales.
- Evaluar el comportamiento de las comunidades digitales y el desempeño de las campañas ejecutadas.
- Identificar oportunidades de mejora y proponer acciones orientadas a optimizar los resultados.

7. Elaboración y presentación de reportes:

- Consolidar la información e indicadores de desempeño del área.
- Elaborar reportes periódicos sobre resultados, crecimiento, alcance e interacción de las plataformas digitales.
- Presentar informes y recomendaciones a la Jefatura de Marketing.

8. Coordinación con áreas internas:

- Mantener una comunicación permanente con las áreas de Diseño, Ventas, Servicio al Cliente y demás departamentos relacionados.
- Coordinar las actividades necesarias para asegurar la correcta ejecución de las estrategias digitales.
- Facilitar el flujo de información entre las diferentes áreas involucradas.

9. Administración y control de registros:

- Supervisar la actualización y mantenimiento de los registros relacionados con campañas, publicaciones, leads, reclamos e indicadores.
- Garantizar la disponibilidad, integridad y confiabilidad de la información generada por el área.

10. Liderazgo y desarrollo del equipo:

- Distribuir y supervisar las actividades del equipo de Community Managers.
- Brindar orientación y retroalimentación continua para fortalecer el desempeño del personal.
- Promover la mejora continua y el cumplimiento de los objetivos establecidos para el área.

IV. RESULTADOS ESPERADOS

- Garantizar una gestión eficiente y alineada de las redes sociales y comunidades digitales de la organización.
- Fortalecer el posicionamiento y reputación de la marca en medios digitales.
- Asegurar el cumplimiento de las estrategias de contenido y campañas digitales.
- Incrementar los niveles de interacción y crecimiento de las comunidades digitales.
- Mantener una adecuada coordinación entre las áreas involucradas en la estrategia de comunicación.
- Generar información confiable para la toma de decisiones del área de Marketing.
- Cumplir con los objetivos e indicadores establecidos para la gestión digital.

V. ENTREGABLES

- Plan de contenido y cronogramas de publicaciones.

- Estrategias y campañas digitales.
- Reportes de desempeño e indicadores de redes sociales.
- Informes de análisis de audiencia y comportamiento digital.
- Reportes de oportunidades de mejora y recomendaciones.
- Base consolidada de métricas y resultados de las plataformas digitales.
- Informes de gestión y cumplimiento de objetivos del equipo.

VII. INDICADORES (KPI's) DEL CARGO

- Cumplimiento del cronograma de publicaciones.
- Nivel de satisfacción de los clientes en medios digitales.
- Porcentaje de reclamos e incidencias gestionados y cerrados.
- Número de publicaciones ejecutadas respecto a las publicaciones programadas.
- Tasa de interacción de las cuentas administradas.
- Alcance e impresiones generadas por las publicaciones.
- Número de reseñas atendidas respecto al total de reseñas recibidas.

VI. PERFIL DEL CARGO

NIVEL ACADÉMICO:

- **Formación académica:** Título de tercer nivel en Marketing, Comunicación, Publicidad, Diseño Gráfico, Administración de Empresas o carreras afines.
- **Experiencia laboral:** Mínimo 2 años en cargos relacionados con marketing digital, Community manager o coordinación de equipos de comunicación digital.

CONOCIMIENTOS TÉCNICOS:

- Marketing digital y branding.
- Gestión estratégica de redes sociales.
- Analítica digital e interpretación de métricas.
- Planificación y gestión de campañas digitales.
- Manejo de Meta Business Suite, Metricool, Google Analytics y herramientas afines.
- Gestión de reputación de marca y manejo de crisis.
- Liderazgo y supervisión de equipos.

- Manejo de Microsoft Office y herramientas colaborativas.

COMPETENCIAS BLANDAS:

- Liderazgo.
- Comunicación efectiva.
- Orientación a resultados.
- Capacidad analítica.

VII. VISTOS DE ACUERDO

APROBADO POR: Presidencia Ejecutiva	REVISADO POR: Director de Talento humano	ACEPTADO POR: Director de Marketing - compras e importaciones.
FECHA:	FECHA:	FECHA: