

Cargo: Community Manager.

Área: Marketing – Community manager.

Jefe Inmediato: Coordinador Community Manager / Director de Marketing - compras e importaciones.

I. OBJETIVOS DEL CARGO

- Gestionar y fortalecer la comunidad digital de la organización, mediante la administración de redes sociales, la creación de contenidos, la atención de clientes y el análisis de resultados, para incrementar la presencia de la marca, fomentar la interacción con los usuarios y contribuir al logro de los objetivos comerciales y estratégicos de la empresa.

II. RELACIÓN ORGANIZACIONAL

Organigrama:



III. FUNCIONES

1. Gestión y monitoreo de redes sociales:

- Supervisar permanentemente las interacciones generadas en las diferentes plataformas digitales de la empresa.
- Mantener una comunicación activa con la comunidad digital, garantizando una atención oportuna y alineada con la identidad de la marca.
- Velar por una adecuada experiencia de atención al cliente en los canales digitales.

2. Atención al cliente en medios digitales:

- Atender y responder consultas, comentarios y reseñas de clientes y usuarios.
- Gestionar de manera oportuna comentarios positivos, reclamos e incidencias, manteniendo un lenguaje profesional y acorde con los lineamientos de comunicación de la empresa.
- Canalizar las solicitudes hacia las áreas correspondientes cuando la situación lo requiera.

3. Revisión de reseñas de la comunidad:

- Identificar oportunidades de venta e intención de compra a través de las interacciones en redes sociales.
- Derivar a los potenciales clientes hacia los canales comerciales correspondientes.
- Registrar y realizar seguimiento al estado de los leads generados.

4. Gestión de reclamos e incidencias:

- Registrar y documentar los reclamos e incidencias provenientes de redes sociales y plataformas digitales.
- Coordinar con las áreas responsables para asegurar una adecuada atención y resolución de los casos.
- Dar seguimiento a las incidencias hasta su respectivo cierre.

5. Administración y gestión de reseñas digitales:

- Revisar periódicamente las reseñas publicadas por clientes en las distintas plataformas digitales.
- Clasificar las reseñas de acuerdo con su naturaleza y nivel de criticidad.
- Emitir respuestas oportunas y realizar seguimiento a los casos que requieran intervención adicional.

6. Planificación y programación de publicaciones:

- Organizar y priorizar el contenido a ser difundido en las diferentes plataformas digitales.
- Definir cronogramas y horarios de publicación en función de los objetivos de comunicación y estrategias comerciales.
- Programar las publicaciones utilizando las herramientas y plataformas establecidas por la organización.

7. Seguimiento y control de publicaciones

- Verificar la correcta configuración y ejecución de las publicaciones programadas.

- Monitorear la difusión del contenido y realizar las acciones correctivas necesarias en caso de presentarse novedades o inconsistencias.
- Actualizar los cronogramas de publicación cuando las necesidades de la organización así lo requieran

8. Creación y desarrollo de contenido digital:

- Investigar tendencias, noticias y contenidos relevantes para el público objetivo.
- Elaborar propuestas de contenido y redactar los textos (Copy) para las diferentes plataformas digitales.
- Adaptar los contenidos a las características y formatos de cada red social, asegurando coherencia con la estrategia de comunicación de la marca.

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

- Velar por el cumplimiento de los lineamientos de comunicación e identidad corporativa.
- Identificar y gestionar posibles riesgos reputacionales en medios digitales.
- Contribuir al fortalecimiento de la imagen y posicionamiento de la marca.

10. Administración de registros y controles internos:

- Mantener actualizados los registros relacionados con publicaciones, interacciones, leads, reclamos e incidencias.
- Documentar la información y evidencias necesarias para fines de seguimiento y análisis.
- Garantizar la integridad y disponibilidad de la información generada en la gestión de redes sociales.

11. Análisis de métricas y desempeño digital:

- Recopilar y analizar información proveniente de las plataformas digitales y registros internos.
- Evaluar el desempeño de las publicaciones y el comportamiento de la audiencia.
- Identificar tendencias, oportunidades de mejora e información relevante para la optimización de las estrategias digitales.

12. Coordinación con áreas internas:

- Mantener una comunicación permanente con las áreas de Marketing, Diseño, Ventas y Servicio al Cliente para asegurar una gestión integral de la comunidad digital.

- Coordinar la ejecución de campañas, publicaciones y demás actividades relacionadas con la estrategia digital de la organización.
- Facilitar el intercambio de información necesaria para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

IV. RESULTADOS ESPERADOS

- Garantizar una gestión eficiente y oportuna de las interacciones generadas en las diferentes redes sociales de la empresa.
- Fortalecer la presencia, reputación y posicionamiento de la marca en los medios digitales.
- Mantener una comunicación activa y una experiencia positiva para los clientes y usuarios de la comunidad digital.
- Incrementar el nivel de interacción y engagement mediante contenidos relevantes y alineados con los objetivos de marketing.
- Generar y canalizar oportunidades comerciales provenientes de las plataformas digitales.
- Asegurar la correcta planificación, programación y ejecución de las publicaciones en redes sociales.
- Mantener actualizados los registros, controles internos y bases de información relacionados con la gestión de la comunidad digital.
- Identificar oportunidades de mejora mediante el análisis de métricas e indicadores de desempeño.
- Contribuir al cumplimiento de los objetivos comerciales y estratégicos del área de Marketing.

V. ENTREGABLES

- Cronograma de publicaciones en redes sociales.
- Publicaciones y contenidos digitales (posts, reels, historias, copys, campañas, etc.).
- Registro y seguimiento de leads generados en redes sociales.
- Base de control de comentarios, reclamos e incidencias.
- Registro de publicaciones realizadas y evidencias correspondientes.
- Registro y seguimiento de reseñas de clientes.

- Reportes de métricas e indicadores de desempeño de redes sociales.
- Informes de análisis e insights sobre el comportamiento de la audiencia.
- Reportes de oportunidades de mejora y recomendaciones para la estrategia digital.

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 de 1 años en cargos relacionados con Community Management, Marketing Digital, Atención al Cliente o gestión de redes sociales.

CONOCIMIENTOS TÉCNICOS:

- Manejo de redes sociales (*Instagram, Facebook, TikTok, Telegram y otras plataformas digitales*).
- Redacción publicitaria y elaboración de copys.
- Planificación y programación de contenidos.
- Gestión de comunidades digitales y atención al cliente.
- Manejo de herramientas de análisis y métricas digitales (*Metricool, Google Business Profile, Meta Business Suite u otras similares*).
- Gestión y seguimiento de leads.
- Manejo de herramientas de diseño y edición de contenido digital (*Canva, CapCut u otras similares*).
- Conocimientos básicos de marketing digital y branding.

- Elaboración de reportes e indicadores de gestión.
- Manejo de Microsoft Excel y Google Drive.

COMPETENCIAS BLANDAS:

- Comunicación efectiva.
- Atención al detalle.
- Orientación al cliente.
- Resolución de problemas.

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: