
COMMUNITY MANAGER

Eines imprescindibles per
una bona autogestió.

Laura Amanda Bahí



Laura Amanda **Bahí Horrillo**

Cofundadora de l'agència
de màrqueting digital **Oink My God**

E. laura@oinkmygod.com

M. 608 48 12 89

    @oinkmygod

www.oinkmygod.com

Serveis

oink

1. Màrqueting Digital.

- Publicitat Online.
- Social Media.
- Email Màrqueting.
- SEO
- Màrqueting de continguts.

2. Desenvolupament web.

3. Disseny i branding.

4. Consultoria i formació.

Alguns dels nostres clients

Mobles114

nanimarquina



Fira Barcelona

MATÍAS
BUEN  S[®]
DÍAS

Alcon

CALMA
—HOUSE—

aclam 

gullón

- 1** • Què és un Community i tipus de continguts.
- 2** • Calendari Editorial.
- 3** • Eines de monitoratge i programació: Metricool & Tweetdeck.
- 4** • Analítiques de Twitter.
- 5** • Analítiques de Facebook.
- 6** • Analítiques d'Instagram.
- 7** • Eines extres.

1

QUÈ ÉS UN COMMUNITY I TIPUS DE CONTINGUTS

Què és un Community Manager?

Un Community Manager és la figura que fa d'enllaç entre la marca i la seva comunitat digital. Aquest professional del màrqueting digital és el responsable de la gestió y el desenvolupament de la comunitat online d'una marca o empresa dins del món digital.

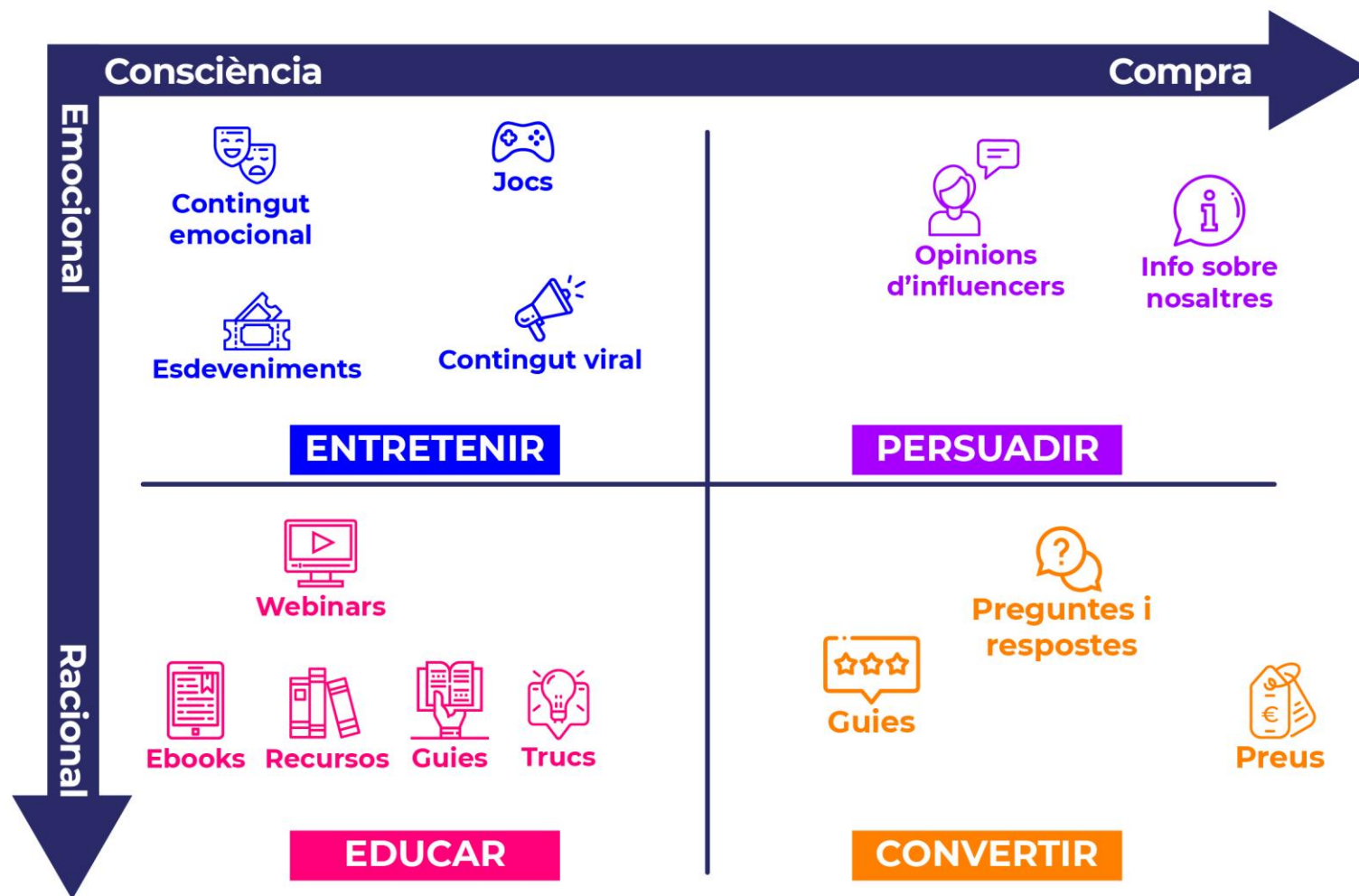
El Community Manager ha de tenir molt clar quins són els objectius de negoci i fer el possible per aconseguir-los.

Tasques d'un Community

- 1.** Crea contingut.
- 2.** Planifica el contingut.
- 3.** Interactua amb la comunitat.
- 4.** Analitza.

Tipus de continguts segons funnel de vendes

COM DEFINIR **EL MILLOR CONTINGUT**



Primera columna: info emocional / racional per donar-nos a conèixer per primer cop als usuaris.

Segona columna: info emocional / racional quan el funnel de vendes ja està més avançat i l'usuari està més aprop de la compra.

2

CALENDARI EDITORIAL

ORGANITZACIÓ D'UN CALENDARI EDITORIAL EFECTIU: ANUAL / TRIMESTRAL / MENSUAL

Què és un calendari editorial?

Un calendari editorial és **el recurs que ens permet planificar totes les nostres publicacions a xarxes socials** per poder organitzar el nostre contingut i assolir els objectius que ens hem proposat a nivell de comunicació a xarxes.

Avantatges d'un calendari

Per què el necessites...

- 1.** No t'oblidaràs de les dates importants



Dia de la Mare



Sant Jordi



Nadal

Avantatges d'un calendari

Per què el necessites...

2. Escolliràs millor
el contingut



Avantatges d'un calendari

Per què el necessites...

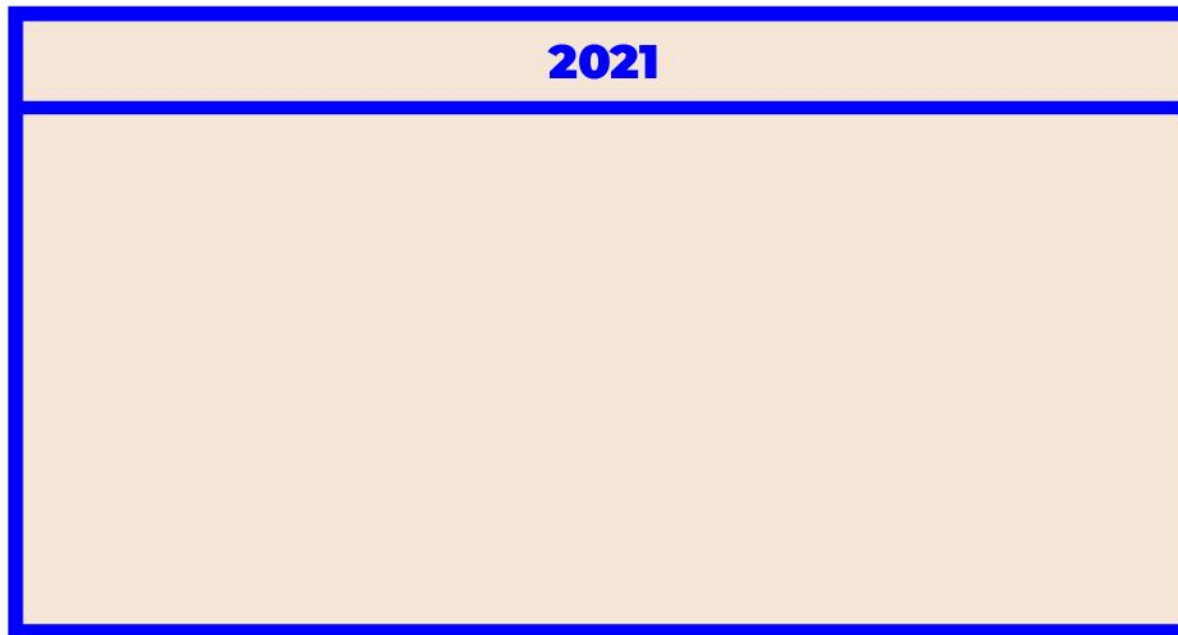
3. T'organitzaràs bé

- Estalviaràs hores de feina
- Tindràs menys estrès



Tipus de calendari

Com organitzar-lo:



1. Anual

Tipus de calendari

Com organitzar-lo:

2021			

1. Anual
2. Trimestral

Tipus de calendari

Com organitzar-lo:

2021											

- 1.** Anual
- 2.** Trimestral
- 3.** Mensual

Com planificar-lo?

1. Dates rellevants

2. Novetats corporatives:

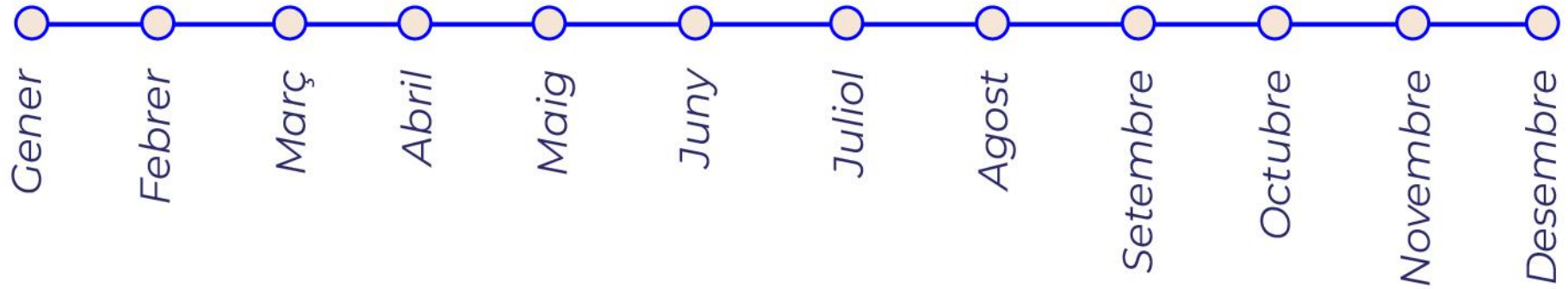
- Esdeveniments d'empresa
- Llançaments
- Tallers

3. Esdeveniments del sector

**Tenir sempre en compte els objectius de negoci.*

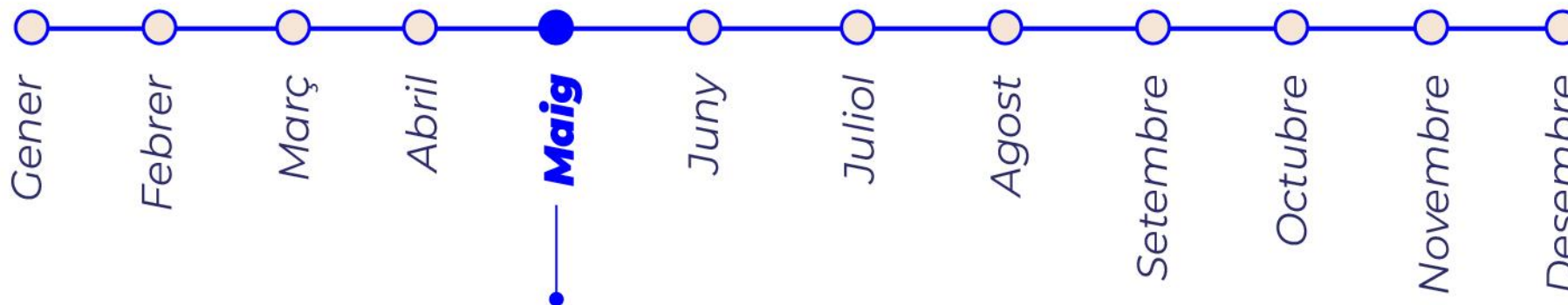
Calendari Anual

2021



Calendari Anual

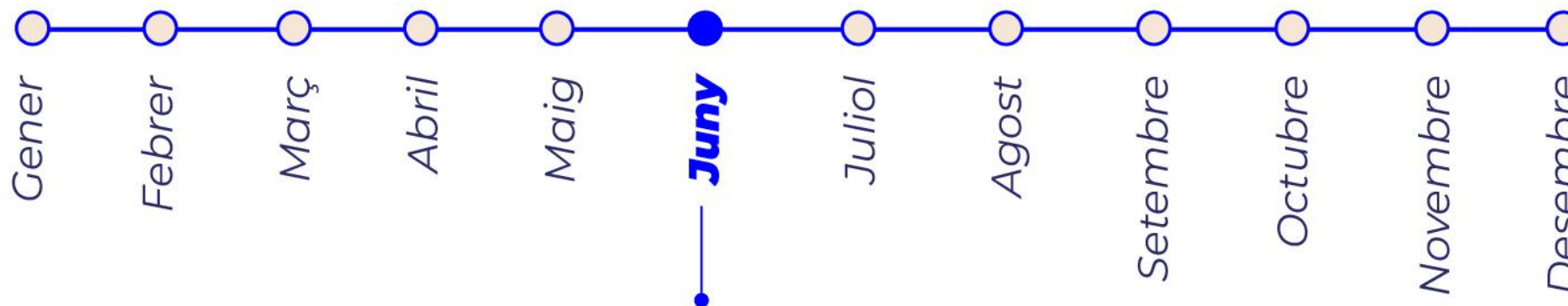
2021



3 Maig
Dia de la Mare

Calendari Anual

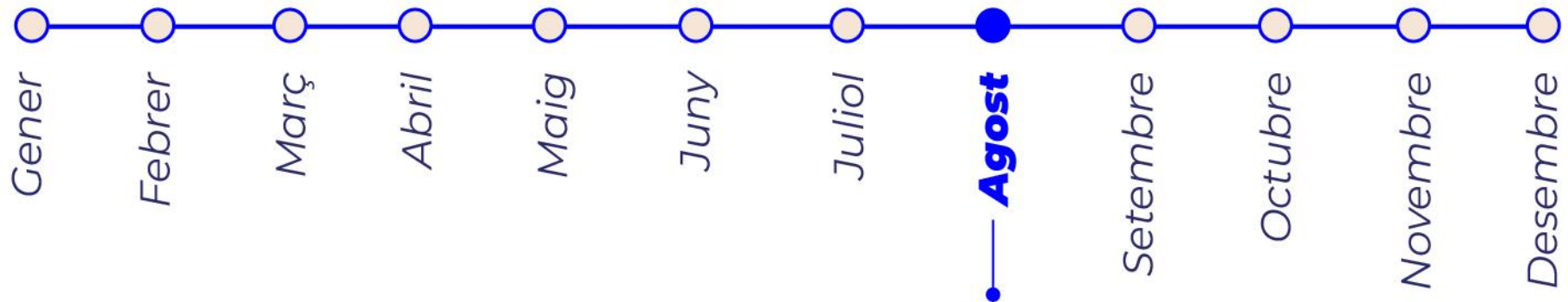
2021



25 Juny
Conferència

Calendari Anual

2021



12 Agost
Taller

Calendari Mensual

Setmana	Dia	Tipologia contingut	Objectiu	Producte o servei	Comentaris	RRSS (Facebook / Instagram / Youtube...)			
						Copy	Formato	imatge que s'ha de publicar	Links que s'han de publicar
Setmana 1	Dilluns	-Corporatiu -Formatiu -Engagement	-Branding -Tràfic a la web -Reafirmar valors de marca	-Tipologia de producte	Exemple: mencionar a X persona	El text que acompanya la publicació			
	Dimarts								
	Dimecres								
	Dijous								
	Divendres								
	Dissabte								
	Diumenge								
Setmana 2	Dilluns								
	Dimarts								
	Dimecres								
	Dijous								
	Divendres								
	Dissabte								
	Diumenge								
Setmana 3	Dilluns								
	Dimarts								
	Dimecres								
	Dijous								
	Divendres								
	Dissabte								
	Diumenge								
Setmana 4	Dilluns								
	Dimarts								
	Dimecres								
	Dijous								
	Divendres								
	Dissabte								
	Diumenge								

Calendari Mensual

SETMANA	DIA	TIPOLOGIA CONTINGUT
Setmana 1	Dilluns	- Corporatiu - Formatiu - Engagement
	Dimarts	
	Dimecres	
	Dijous	
	Divendres	
	Dissabte	
	Diumenge	

Calendari Mensual

SETMANA	DIA	OBJECTIU
Setmana 1	Dilluns	<ul style="list-style-type: none">- Branding- Tràfic a la web- Reafirmar valors de marca
	Dimarts	
	Dimecres	
	Dijous	
	Divendres	
	Dissabte	
	Diumenge	

Calendari Mensual

SETMANA	DIA	PRODUCTE O SERVEI
Setmana 1	Dilluns	- Tipologia de producte
	Dimarts	
	Dimecres	
	Dijous	
	Divendres	
	Dissabte	
	Diumenge	

Calendari Mensual

SETMANA	DIA	COMENTARIS
Setmana 1	Dilluns	Exemple: mencionar a X persona
	Dimarts	
	Dimecres	
	Dijous	
	Divendres	
	Dissabte	
	Diumenge	

Calendari Mensual

SETMANA	DIA	RRSS (Facebook/Instagram /Youtube...)			
		Copy	Format	Imatge	Links
Setmana 1	Dilluns	El text de la publicació		Imatge que s'ha de publicar	Links que s'han de publicar
	Dimarts				
	Dimecres				
	Dijous				
	Divendres				
	Dissabte				
	Diumenge				

3

EINES DE MONITORATGE I PROGRAMACIÓ: METRICOOL & TWEETDECK

Metricool

Plataforma de gestió i monitorització de xarxes socials

Metricool serveix per:

- Programar contingut.
- Monitoritzar xarxes.
- Extreure'n reports/estadístiques.

<https://app.metricool.com/>

Tweetdeck

Plataforma per organitzar, programar i monitoritzar Twitter.
Ideal per programar publicacions i generar contingut de
forma més àgil.

<https://tweetdeck.twitter.com/>

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

TERMINOLOGIA ÚTIL PER MESURAR AMB ESTADÍSTIQUES

Engagement: què és

És un terme que medeix el grau d'interacció entre la marca i els seus seguidors. Reflexa el grau de compromís i d'interacció dels seguidors amb la marca.

Important perquè:

- 1.** Reflexa com el teu negoci és percebut a les Xarxes Socials.
- 2.** Fa que tinguis més visibilitat i arribis a més usuaris.
- 3.** L'usuari interactua amb la marca → crea experiències/ records amb ella.

Com medir l'engagement

$$\text{ENGAGEMENT} = \frac{\text{Total d'interaccions}}{\text{Abast de la publicació}} \times 100$$

Quin tipus d'interaccions?

- 1.** Reaccions a les publicacions.
- 2.** Comentaris.
- 3.** Compartir.
- 4.** M'agrada.
- 5.** RTs.
- 6.** Respostes a Tweets.

Exemple:

$$\text{ENGAGEMENT} = \frac{\text{Total d'interaccions}}{\text{Abast de la publicació}} \times 100$$

$$\text{ENGAGEMENT} = \frac{\mathbf{15} \text{ m'agrada} + \mathbf{10} \text{ comentaris} + \mathbf{2} \text{ compartits}}{\mathbf{1400} \text{ persones que han vist la publicació}} \times \mathbf{100}$$

Ràtio d'engagement = 1,9%

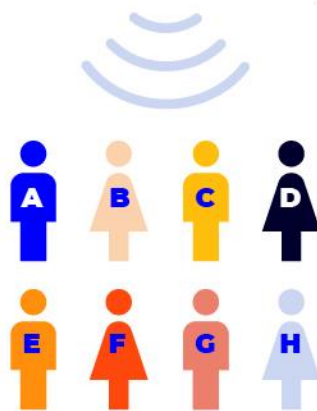
Menys d'1% engagement = molt baix.

Entre 1 i 6% = regular.

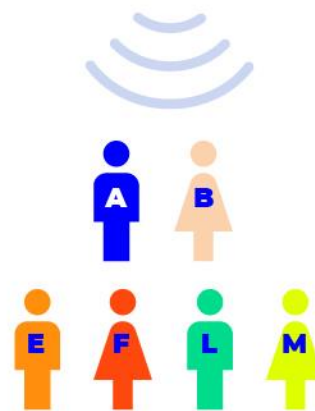
Més de 6% = bon engagement.

1. Impressions: número de vegades que el contingut es mostra.

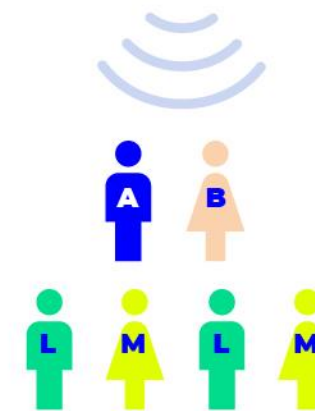
2. Abast (Alcance): número de persones que veuen el teu contingut.



ABAST (ALCANCE): 8
IMPRESSIONS: 8



ABAST (ALCANCE): 6
IMPRESSIONS: 6



ABAST (ALCANCE): 4
IMPRESSIONS: 6

TOTAL PERÍODO (3 POSTS)

ABAST (ALCANCE): 10 (USUARIOS ÚNICOS)
IMPRESSIONS: (8 + 6 + 6) = 20

3. Interacció amb la publicació: acció d'un usuari amb la publicació (m'agrada, compartir, comentar...)

Estadístiques:

¿Per què és important mesurar tot el que fem?

1. Ens permet veure quin contingut funciona millor:

- Genera més engagement.
- Arriba a més usuaris.
- Genera més clicks a la web.
- Ens aporta més seguidors.

2. Descartar el contingut que no funciona bé.

Estadístiques:

¿Per què és important mesurar tot el que fem?

- 3.** Optimitzar l'estratègia de continguts.
- 4.** Saber si estem aconseguint els nostres objectius de negoci (exemple: visites a la web).
- 5.** Disminució de costos: més efectivitat del contingut = menys necessitat d'invertir en la creació de contingut que no funciona.
- 6.** Ens permet obtenir feedback de marca o producte.

4

ANALÍTiques DE TWITTER

1. Estadístiques de **Twitter**

<https://twitter.com/OinkMyGod>

5

ANALÍTiques DE FACEBOOK

1. Estadístiques de Facebook

<https://www.facebook.com/OinkmyGod/>

6

ANALÍTiques D'INSTAGRAM

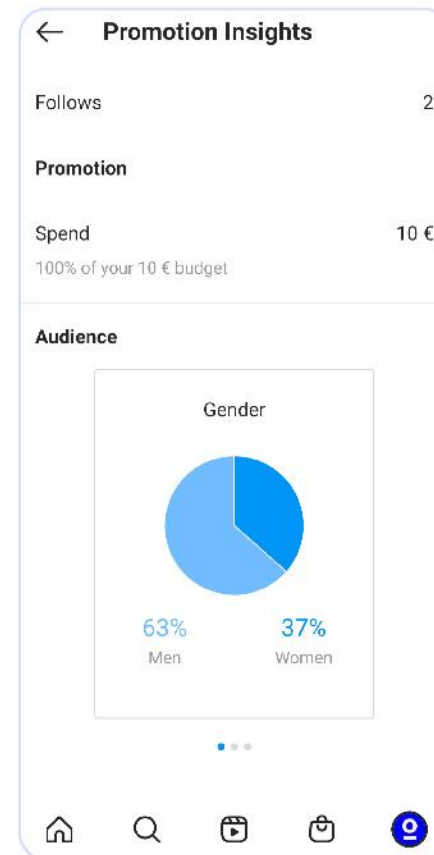
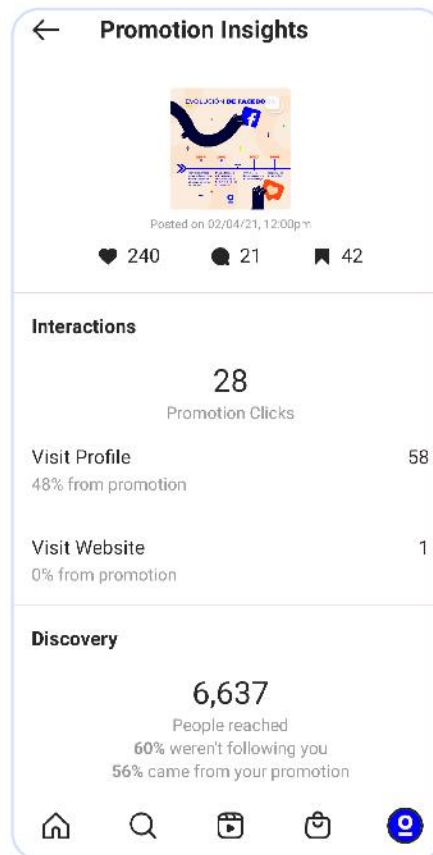
1. Estadístiques d'Instagram

Compte professional: configuració > compte > canviar a compte professional.

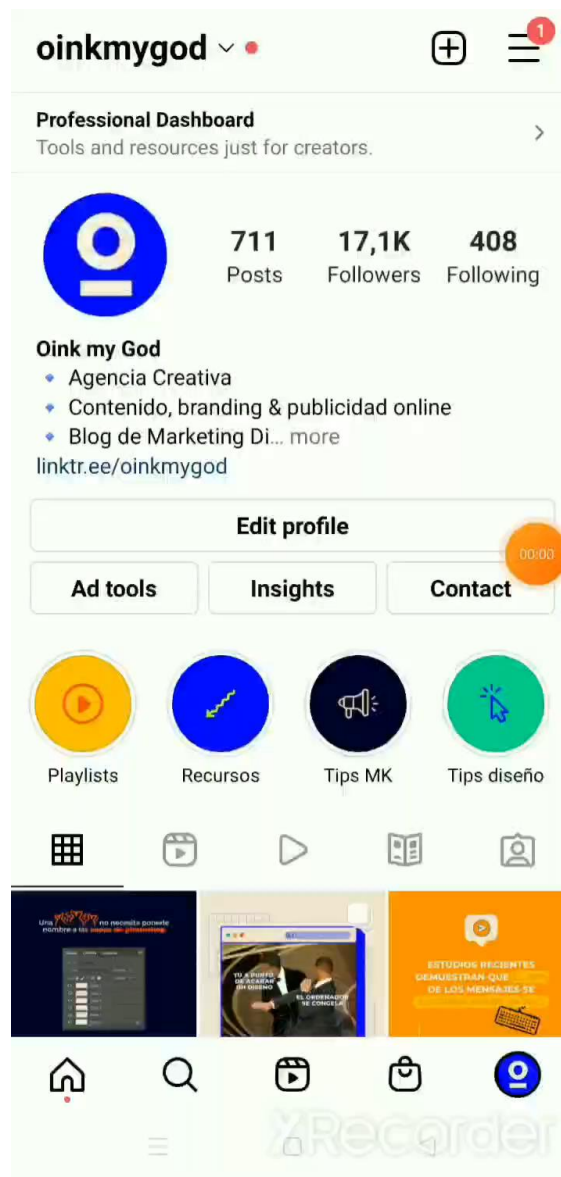
Dos possibles maneres de veure estadístiques:

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Opció 1:



EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**



7

EINES EXTRES

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Bit.ly

<https://bitly.com/>

Espaiats de textos

<https://triunfagram.com/spacegram/>

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Canva

<https://www.canva.com/>

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Feedly

<https://feedly.com/>

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Heepsy

<https://www.heepsy.com/>

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Google Trends

<https://trends.google.es/>

EINES IMPRESCINDIBLES **PEL COMMUNITY MANAGER**

Similarweb

<https://www.similarweb.com/>



Envia'm un email a

laura@oinkmygod.com

si vols que t'envii recursos
per Community Managers.

MERCI!

SERVEI DE DESENVOLUPAMENT EMPRESARIAL (SDE)

Sergi Orobitg - sorobitg@gencat.cat

Laia Sanahuja - lsanahuja@gencat.cat

Lala Boldú - eboldu@gencat.cat

Tel. 935.565.199

sde.icec@gencat.cat

www.sde.cultura.gencat.cat