

WORKSHOP DE COMMUNITY MANAGEMENT

por Victoria Ponferrada

- 5 encuentros de 3 horas cada uno
 - 18 a 21 hs
 - Modalidad virtual
 - Formación teórico-práctica
-

Introducción

Gestionar redes sociales implica mucho más que crear y publicar contenido. Requiere comprender la audiencia, construir una identidad de marca coherente, planificar acciones, gestionar la relación con la comunidad y analizar los resultados para tomar mejores decisiones.

La propuesta combina conceptos y actividades prácticas en cada encuentro, para que puedas aplicar lo aprendido y desarrollar herramientas concretas para la gestión de redes sociales.

Está dirigido tanto a quienes buscan iniciarse en Community Management como a quienes ya gestionan redes, marcas, emprendimientos o proyectos y quieren incorporar mayor estrategia, planificación y criterio a su trabajo.

Encuentro 1 - Audiencias

- Definición de la audiencia buscada.
- Herramienta *buyer persona*.
- Concepto de punto de dolor.
- Concepto de propuesta de valor.

Encuentro 2 - Marca

- Relevamiento de la actividad de la competencia.
- Posicionamiento de la marca.
- Elementos de la marca (voz, tono, colores, formas, sonidos).
- El ecosistema digital de la marca.

Encuentro 3 - Plan de acción del / la CM (redes + mensajería instantánea)

- Definición de categorías de contenidos.
- Calendario de publicaciones.
- Distribución de canales y temas (para qué se usa cada canal).
- Configuración de automatizaciones.
- Roles (contenidista vs. Community Manager).

Encuentro 4 - Manual de atención al cliente digital (playbook)

- Aplicación del documento de marca.
- Léxico adecuado.
- Tiempos de respuesta.
- Construcción de un script de atención.
- Escalabilidad (toma de decisiones).
- Manejo de crisis.

Encuentro 5 - Analítica

- Métricas más comunes
- Cómo armar un Dashboard
- Social Listening (escucha activa)
- Cómo ser parte de la conversación

Acerca de la docente

Victoria Ponferrada

Es Licenciada en Comunicación (UBA), su especialidad es la comunicación digital. Posee más de 25 años de experiencia docente. Desde 2014, está a cargo de la Cátedra de Campañas Publicitarias de la Carrera de Ciencias de la Comunicación (UBA). Es Coordinadora Académica de la Diplomatura en Publicidad y Marketing Digital, desarrollada por la Facultad de Ciencias Sociales - UBA e Interact.

Trabajó en varias agencias especializadas en digital en las que desarrolló estrategias, contenidos y digital analytics para marcas regionales, nacionales y pymes.

Actualmente se desempeña como consultora/entrenadora en el área de comunicación y negocios digitales.



cfp@iballester.edu.ar

cfp.iballester.edu.ar