

PAQUETES DE SERVICIOS DE COMMUNITY MANAGER

BÁSICO: Publicar y dar seguimiento diario a las publicaciones por Facebook e Instagram. Incluye diseño básico para estas 2 redes sociales, así como búsqueda y publicación de contenido relacionado con el giro de tu negocio para informar y crear relaciones con tus seguidores y clientes.

INVERSION SEMANAL \$125 (contrato mínimo 3 meses) garantizamos incremento de tus seguidores en un 55% incremento de prospectos un 35% incremento de tus ventas un 10% o regalamos 1 mes mas

MEDIO: Publicar y dar seguimiento diario a las publicaciones por Facebook, Youtube, e Instagram. Incluye diseño básico para estas 3 redes sociales, video simple con animación y narración de video, así como búsqueda y publicación de contenido relacionado con el giro de tu negocio para informar y crear relaciones con tus seguidores y clientes.

INVERSION SEMANAL \$250 (contrato mínimo 3 meses) garantizamos incremento de tus seguidores en un 75% incremento de prospectos un 55% incremento de tus ventas un 25% o regalamos 2 meses mas

EJECUTIVO: Publicar y dar seguimiento diario a las publicaciones por Facebook, Twitter, Youtube, e Instagram. Incluye diseño integral, retoque fotográfico, para estas 4 redes sociales, video con animación, narración de video, y musicalización así como búsqueda y publicación de contenido relacionado con el giro de tu negocio para informar y crear relaciones con tus seguidores y clientes. Así como promociones orgánicas y pagadas mensuales.

INVERSION SEMANAL \$425 (contrato mínimo 6 meses) garantizamos incremento de tus seguidores en un 100% incremento de prospectos un 73% incremento de tus ventas un 40% o regalamos 4 meses mas

PREMIUM: Publicar y dar seguimiento diario a las publicaciones por Facebook, Twitter, Youtube, e Instagram. Incluye diseño integral, retoque fotográfico, sesión de fotos para tu negocio, para estas 4 redes sociales, video con animación, narración de video, y musicalización así como búsqueda y publicación de contenido relacionado con el giro de tu negocio para informar y crear relaciones con tus seguidores y clientes. Así como promociones orgánicas y pagadas quincenales y ½ página en nuestra revista impresa y digital Zona de Contacto.

INVERSION SEMANAL \$925 (contrato mínimo 6 meses) garantizamos incremento de tus seguidores en un 300% incremento de prospectos un 90% incremento de tus ventas un 57% o regalamos 6 meses mas

GOLD: Publicar y dar seguimiento diario a las publicaciones por Facebook, Twitter, Youtube, e Instagram. Incluye diseño integral, para tus redes sociales y para tu folletería, retoque fotográfico, sesión de fotos para tu negocio, con edecanes y/o extras para estas 4 redes sociales, video con animación, narración de video, y musicalización así como búsqueda y publicación de contenido relacionado con el giro de tu negocio para informar y crear relaciones con tus seguidores y clientes. Así como promociones orgánicas y pagadas semanales. y 2 páginas en nuestra revista impresa y digital Zona de Contacto.

INVERSION SEMANAL \$1,375 (contrato mínimo 12 meses) garantizamos incremento de tus seguidores en un 700% incremento de prospectos un 150% incremento de tus ventas un 100% o regalamos 12 meses mas

Buen Tono 329 Int. 2 Col. Industrial C.P. 07800. Tel. 6589 - 8553, 6850-1340

E-mail: contacto@magacell.com.mx WEB: www.magacell.com.mx

Servicios de Integrales de Community Manager

El Community Manager es el profesional responsable de construir, gestionar y administrar la comunidad online alrededor de una marca en Internet, creando y manteniendo relaciones estables y duraderas con sus clientes, sus fans y, en general, cualquier usuario interesado en la marca.

¿Está cualquier usuario de Internet preparado para realizar las funciones de un Community Manager? En realidad, y a pesar de lo que muchos puedan pensar a simple vista, no es así. La gestión de una marca en Internet exige poseer un conjunto de habilidades, técnicas y destrezas que es necesario trabajar.

La experiencia también es esencial para desarrollar adecuadamente las tareas de un Community Manager.

Principales funciones del Community Manager

La principal función que desarrolla este profesional es la creación de contenido atractivo y de calidad. Por lo general, el community manager no se limita a crear y redactar contenido sólo para las redes sociales

El encargado de redes sociales debe decidir cuál es la mejor hora para publicar el contenido.

El community manager también tiene que monitorizar todas las publicaciones y novedades del sector de su empresa, convirtiéndose en los ojos de la empresa en Internet. Esta práctica no sirve únicamente para identificar oportunidades y amenazas a tiempo, también permite detectar el contenido más relevante de la competencia y del sector.

Otra de las funciones del Community Manager consiste en seguir y monitorizar sus propias publicaciones, analizando su aceptación por parte de los usuarios. En definitiva, tiene que medir el número de votos (me gusta, favoritos, +1, etc.), el número de comentarios y las veces que se comparte el contenido.

Es vital que el Community Manager conozca a su público objetivo; no sólo a sus fans, también a los potenciales fans. De esta manera podrá plantear la estrategia y determinar cuáles son las acciones con las que tendrá mayor éxito entre dicho público.

Otra función crítica del Community Manager consiste en crear relaciones estables y duraderas con los fans para conseguir involucrarlos. Debe ser capaz de ponerse en la piel de los usuarios y darse cuenta de que no están en las redes sociales para comprar nuestros productos, sino para disfrutar. Al final, la clave del éxito de un community manager consiste en convertirse en amigo del usuario para acabar convirtiéndolo poco a poco en cliente.

No podemos olvidar la función de identificar a los prescriptores. Un prescriptor es aquel fan que, no sólo interactúa con tus publicaciones, sino que además está dispuesto a defender tu marca frente a críticas ajenas. El community manager debe conocer a estos prescriptores; sus gustos y motivaciones, con el fin de realizar acciones específicas orientadas a aumentar su grado de afiliación.

Ahora vamos a hablar de la que quizás sea la función más engorrosa del community manager: dar la cara por la empresa en una crisis de reputación online. Si bien el fallo no tiene por qué ser del propio community manager, sino que puede ser un comentario desafortunado de un directivo o un producto defectuoso, la respuesta no tiene por qué prepararla él sino que puede venir de las altas esferas de la organización. Lo cierto es que el ejecutor de la respuesta va a ser el community manager.