

GLOSARIO DEL COMMUNITY MANAGER

1. ****Community Manager (CM)****: Persona encargada de construir y gestionar la comunidad online de una marca o empresa, interactuando con sus seguidores y clientes en redes sociales y otros canales digitales.
2. ****Engagement (Compromiso)****: Nivel de interacción y participación de los seguidores con el contenido publicado, medido a través de likes, comentarios, compartidos, retweets, etc.
3. ****KPI (Key Performance Indicator)****: Indicador clave de rendimiento. Métrica utilizada para evaluar el éxito de las acciones y estrategias de un Community Manager en función de objetivos específicos.
4. ****ROI (Return on Investment)****: Retorno de la inversión. Medida de la rentabilidad de las actividades de un Community Manager, calculada como la relación entre el beneficio obtenido y el costo de la inversión en marketing y gestión de la comunidad.
5. ****Content Calendar (Calendario de contenidos)****: Planificación y programación de las publicaciones y actividades en redes sociales y otros canales online, organizada en un calendario.
6. ****Social Listening (Escucha social)****: Monitoreo y análisis de conversaciones y menciones de una marca, producto o tema en redes sociales para obtener insights y detectar tendencias o problemas.
7. ****User-Generated Content (UGC)****: Contenido generado por los usuarios. Publicaciones, fotos, videos y otros tipos de contenido creados por los seguidores o clientes de una marca.
8. ****Influencer****: Persona con una gran cantidad de seguidores en redes sociales que puede influir en las opiniones y decisiones de su audiencia.
9. ****Hashtag****: Palabra o frase precedida por el símbolo # que se utiliza para categorizar y buscar publicaciones relacionadas con un tema específico en redes sociales.

10. ****Mentions (Menciones)****: Referencias a una marca, persona o cuenta en publicaciones de redes sociales, generalmente utilizando el símbolo @ seguido del nombre de usuario.

11. ****Reach (Alcance)****: Número total de personas que han visto una publicación o contenido en redes sociales.

12. ****Impressions (Impresiones)****: Número total de veces que una publicación o contenido ha sido mostrado en las redes sociales, independientemente de si fue clickeado o no.

13. ****Social Media Analytics (Analítica de redes sociales)****: Proceso de recopilación y análisis de datos de redes sociales para evaluar el rendimiento de las publicaciones y la estrategia de social media.

14. ****Troll****: Usuario que publica comentarios provocadores o disruptivos con la intención de generar controversia o conflicto.

15. ****Crisis Management (Gestión de crisis)****: Estrategias y acciones llevadas a cabo para manejar situaciones negativas o de emergencia que afectan la reputación de una marca en redes sociales.

16. ****Brand Advocate (Defensor de marca)****: Persona que apoya y promociona una marca de manera voluntaria y positiva en redes sociales y otros canales online.

17. ****Content Curation (Curación de contenidos)****: Proceso de buscar, seleccionar y compartir contenido relevante y de calidad creado por terceros para mantener a la audiencia informada y comprometida.

18. ****Algorithm (Algoritmo)****: Conjunto de reglas y criterios utilizados por plataformas de redes sociales para determinar qué contenido mostrar a los usuarios en su feed.

19. ****Dark Social****: Compartición de contenido que ocurre a través de canales privados, como mensajes directos, correos electrónicos y aplicaciones de mensajería, que no pueden ser rastreados fácilmente por las herramientas de análisis.

20. ****Call to Action (CTA)****: Llamada a la acción. Instrucción incluida en una publicación que motiva a los seguidores a realizar una acción específica, como comentar, compartir o visitar un sitio web.

21. ****Engagement Rate (Tasa de compromiso)****: Porcentaje de interacciones (likes, comentarios, compartidos) en relación con el alcance de una publicación.

22. ****Storytelling****: Técnica de comunicación que utiliza narrativas y relatos para conectar emocionalmente con la audiencia y transmitir mensajes de manera efectiva.

23. ****Social Media Policy (Política de redes sociales)****: Conjunto de directrices y reglas que establecen cómo debe comportarse un Community Manager y los empleados de una empresa en redes sociales.

24. ****Follower Growth (Crecimiento de seguidores)****: Incremento en el número de seguidores de una cuenta de redes sociales a lo largo del tiempo.

25. ****UGC (User-Generated Content)****: Contenido creado por los usuarios, como fotos, videos, comentarios y publicaciones, que se utiliza para promover la autenticidad y la participación de la comunidad.

26. ****Viral Content (Contenido viral)****: Contenido que se difunde rápidamente y ampliamente entre los usuarios debido a su atractivo, relevancia o impacto emocional.

27. ****Influencer Marketing****: Estrategia que utiliza a personas influyentes (influencers) en redes sociales para promocionar productos o servicios y aumentar la visibilidad y credibilidad de la marca.

28. ****Sponsorship (Patrocinio)****: Acuerdo entre una marca y un individuo, organización o evento para proporcionar apoyo financiero o en especie a cambio de promoción y visibilidad.

29. ****Bio (Biografía)****: Descripción breve de una cuenta de redes sociales que generalmente incluye información relevante sobre la persona o marca y, a menudo, enlaces a sitios web.

30. ****Pin (Fijar)****: Acción de destacar una publicación en la parte superior del perfil de una red social para asegurar que sea vista primero por los visitantes.

Estos términos cubren una amplia gama de conceptos y estrategias que son esenciales para la gestión de comunidades online. ¿Hay algún término específico que te gustaría explorar con más detalle o alguna otra pregunta que tengas?