



Herramientas esenciales para un CM

En el dinámico mundo del marketing digital, el Community Manager (CM) es una figura profesional clave, responsable de construir, administrar y dinamizar la comunidad online de una marca. Actúa como el puente entre la empresa y su público objetivo. Para cumplir con sus múltiples funciones, que van desde la creación de contenido y la interacción con usuarios hasta la monitorización y el análisis de resultados, un CM necesita dominar una suite de herramientas digitales.

Estas herramientas son fundamentales para optimizar el tiempo, realizar tareas complejas de manera eficiente, obtener datos valiosos y asegurar que la estrategia de social media sea exitosa. A continuación, te presentamos una guía de las herramientas imprescindibles que todo Community Manager debe conocer.

Categorías de herramientas

1. **Herramientas de Gestión y Programación de Redes Sociales.** Estas plataformas son el centro de operaciones del Community Manager, permitiendo centralizar la publicación y la interacción.
 - **Hootsuite:** Permite gestionar perfiles en diversas plataformas como X, Instagram, TikTok, YouTube o LinkedIn. Con ella puedes programar publicaciones, monitorizar palabras clave y hashtags, y configurar equipos de trabajo. Aunque es imprescindible, se recomienda programar los posts de Facebook directamente en Meta Business Suite.
 - **Meta Business Suite:** Es la herramienta fundamental para gestionar todo lo que ofrece Meta, incluyendo perfiles de Facebook e Instagram y la planificación de campañas publicitarias.
 - **Metricool:** Una herramienta muy completa que facilita la programación en X, Facebook, Instagram, TikTok, Google My Business y LinkedIn. Además, permite crear informes rápidamente e integrar los resultados de plataformas de Ads (Meta, TikTok Ads, Google Ads) en los reportes. Ha sido destacada por su potencial de análisis.

- **Buffer, Social Flow, Socialloomph:** Son herramientas utilizadas para automatizar y programar publicaciones en diferentes redes sociales, optimizando el tiempo del CM.
- **Audiense (antes SocialBro), Agora Pulse, Sprout Social, Tweetdeck, Onlypult:** Otras plataformas que ofrecen funcionalidades avanzadas para la gestión y organización de la estrategia de contenido en redes sociales.

2. Herramientas de Diseño y Creación de Contenido Visual/Audiovisual: El contenido atractivo es clave para el engagement, y estas herramientas lo facilitan.

- **Canva:** Ideal para crear posts profesionales de manera sencilla e intuitiva. Ofrece una amplia variedad de plantillas y recursos, siendo una excelente opción para quienes no tienen experiencia con software de diseño más complejo como Photoshop o Illustrator.
- **Wondershare Filmora y Flixier:** Programas esenciales para la edición de vídeos. Flixier permite editar videos online de forma gratuita, intuitiva y en tiempo récord, incluso subtitolando automáticamente los reels o videos.
- **Photoshop, Illustrator, Adobe Premiere, Gimp:** Software de diseño y edición más avanzado para la creación de piezas gráficas y audiovisuales de alta calidad.

3. Herramientas de Análisis y Monitorización: Saber qué funciona y qué no es crucial; estas herramientas proporcionan los datos necesarios.

- **Google Analytics:** Permite conocer el perfil de los visitantes de tu web, cuánto tráfico generan las redes sociales y si este se convierte en objetivos (conversiones). Esta información es vital para definir el público de las campañas de publicidad y medir la efectividad de la dinamización.
- **SemRush (Social Media Toolkit):** Aunque es una herramienta de SEO, cuenta con una sección de Social Media Toolkit muy útil para el análisis de estadísticas de perfiles sociales.
- **Tweet Binder:** Indispensable para monitorizar hashtags, especialmente en eventos. Ofrece datos sobre el número de tweets publicados, alcance, impacto, y los usuarios más activos e influyentes.
- **Twitteraudit:** Permite verificar la cantidad de seguidores falsos en una cuenta de Twitter.
- **Google Alert:** Una herramienta eficaz para monitorizar las menciones de tu marca en internet y mantenerte al día de las noticias relacionadas con temáticas específicas de tu sector.
- **Google Trends:** Ayuda a identificar las tendencias de búsqueda en torno a una temática y una ubicación geográfica, lo cual es muy útil para la creación de contenido relevante.
- **Mention, Social Mention, Sprinkl:** Otras herramientas de monitorización que facilitan el seguimiento diario de lo que se dice sobre tu empresa, tu sector y la competencia en la red.
- **Métricas nativas de redes sociales:** Las propias plataformas (como Facebook, Instagram, TikTok, etc.) ofrecen sus propias estadísticas y métricas (likes, comentarios, compartidos, alcance, engagement, ROI) que el CM debe revisar semanal o mensualmente para evaluar el rendimiento.

4. Herramientas para Ideas de Contenido y Keyword Research: La creatividad se potencia con la información.

- **AnswerThePublic.com:** Proporciona ideas de contenido basándose en las preguntas y búsquedas que los usuarios realizan en internet a partir de una palabra clave.

- **Más Titulares:** Similar a AnswerThePublic, genera ideas de títulos y temas para diversos formatos de contenido, como podcasts, videos o artículos de blog.
 - **Herramientas de Hashtags:** Ayudan a identificar los hashtags más utilizados y relevantes para aumentar el alcance de las publicaciones en diferentes plataformas.
 - **Conocimientos de Keyword Research:** Aunque no es una herramienta de software, es una habilidad fundamental para investigar las palabras clave y temas que interesan al público, optimizando el contenido para los motores de búsqueda.
5. **Plataformas de Publicidad en Redes Sociales (Social Ads)** Para ampliar el alcance y generar conversiones.
- **Plataformas de Ads (Facebook Ads, Instagram Ads, Google Ads, Twitter Ads, LinkedIn Ads, Outbrain):** Permiten crear y gestionar campañas publicitarias de pago para aumentar la visibilidad de la marca, generar leads (clientes potenciales), dirigir tráfico a sitios web o apps, y alcanzar objetivos específicos de marketing.
 - **Herramientas para Landing Pages:** Cruciales para campañas de publicidad que buscan la conversión. Permiten crear páginas de destino optimizadas para captar información o ventas.
6. **Acortadores de URL:** Para una gestión eficiente y medible de enlaces.
- **Bit.ly:** Uno de los acortadores de URL más populares. Permite no solo acortar enlaces, sino también obtener estadísticas de clics y, con registro, personalizar la URL.
7. **Herramientas de Gestión de Proyectos y Colaboración:** Para mantener el orden y la eficiencia en el trabajo diario.
- **Trello:** Una herramienta útil para gestionar proyectos, organizar tareas y flujos de trabajo en equipo, lo cual es esencial dada la naturaleza multitarea del CM.
8. **Herramientas de Automatización (Específicas):** Más allá de la programación básica, para tareas repetitivas.
- **Blogsterapp:** Una herramienta que optimiza el tiempo al programar automáticamente el contenido de tu blog para publicarse en Twitter, Facebook, Pinterest o LinkedIn. Permite establecer diferentes tweets para una misma entrada, manteniendo activa la cuenta y aumentando visitas al blog.
 - **Botize, Dlvr.it, Later:** Otras herramientas que facilitan la automatización de diversas tareas, liberando tiempo para actividades más estratégicas.
9. **Plataformas para Concursos y Promociones:** Para dinamizar la comunidad y aumentar el engagement.
- **Easypromos:** La herramienta perfecta para gestionar concursos en Facebook o Twitter.
 - **Cool Tabs:** Ofrece un sinfín de aplicaciones para personalizar fan pages y crear sorteos, siendo especialmente útil para sorteos en Instagram.
10. **Plataformas de Gestión de Contenidos Web (CMS):** Donde se aloja el contenido de valor de la marca.
- **Wordpress:** Se menciona como una plataforma para subir contenido al blog corporativo y gestionar publicaciones.

Como puedes ver, el rol del Community Manager va mucho más allá de simplemente publicar en redes sociales; es una profesión compleja y exigente que requiere una combinación de habilidades blandas como la empatía y la comunicación, y un profundo conocimiento técnico de las herramientas digitales.

Dominar estas herramientas no solo facilita las tareas diarias, sino que permite al CM ejecutar estrategias más efectivas, generar engagement, gestionar crisis de reputación y, en última instancia, contribuir significativamente a los objetivos de marketing y comunicación de la marca. El mundo digital está en constante evolución, y el Community Manager exitoso es aquel que se mantiene siempre aprendiendo y adaptándose a las nuevas tendencias y herramientas que surgen.

Si tienes alguna duda, ¡estoy a tu disposición!