

0. PRÓLOGO



Este manual está dirigido a todos aquellos que quieran profundizar en el mundo del Community Manager y entender la importancia de esta figura dentro del mundo 2.0.

A lo largo de los diferentes capítulos se proporcionarán los conocimientos y herramientas necesarias para aprender a gestionar comunidades y permitir a las empresas estar en contacto con su público mediante un buen *feedback*.

Abordaremos detenidamente temas tan importantes como las funciones que ejerce un Community Manager, conoceremos estrategias y herramientas vitales a controlar, nos adentraremos en el mundo de Facebook y Twitter así como de los blogs y otras formas de marketing y acabaremos con otros aspectos tan importantes como la gestión de crisis y de la reputación de la empresa. Además de ello, y como punto y final de este manual, hablaremos sobre las diferentes fases que conforman el plan social medial, con el objetivo de que seamos capaces de llevar a cabo esta labor.

Además de ello, al final del manual hemos dispuesto el apartado de anexos, en el que trataremos más en profundidad y de manera práctica, algunos de los elementos que hayamos tratado de manera teórica a lo largo de todo el manual.

En lo que se refiere a los contenidos del manual, este queda configurado de la siguiente manera:

- Introducción al Community Manager.
- La Web social y los medios sociales.
- Redes sociales.
- Multimedia social y otras plataformas.
- Plan social media.