

FIRST NAME:

LAST NAME:

Eco Clothes es una pequeña empresa que vende indumentaria ecológica artesanal online. El equipo te contrató como community manager de su página de Facebook. La semana pasada, antes de que empieces a trabajar, Eco Clothes lanzó su colección de primavera y publicó el siguiente mensaje el domingo a las seis de la mañana: “Esta es nuestra colección de primavera 2020”.

- Desactivar los comentarios de la publicación para que nadie pueda dejar comentarios negativos.
- Cambiar el horario en el que se publica el contenido. El contenido debería publicarse cuando la mayoría de los miembros estén online.
- Realizar pruebas con otras opciones de texto e imágenes para medir el rendimiento.
- Agregar una llamada a la acción, como “¿Qué piensas de la nueva colección? Cuéntanos en los comentarios”.

Eco Clothes tiene muchas partes interesadas internas con las que debes trabajar: un gerente del departamento de calzado, un gerente del departamento de accesorios y un gerente del departamento de camisetas. Este último departamento representa la mayoría de ventas de Eco Clothes.

Como community manager, debes crear un calendario de contenido mensual que incluya publicaciones que representen a cada departamento. ¿Qué deberías hacer primero?

- a) Revisar los informes de las partes interesadas internas que describan los mensajes clave, los detalles y los objetivos para los públicos objetivo.
- b) Revisar los resultados de las publicaciones anteriores y reutilizar exactamente el mismo contenido que tuvo el mayor rendimiento.
- c) Priorizar el contenido del departamento que lo tenga más elaborado y listo para publicar.
- d) Investigar a los competidores y replicar las tácticas de contenido populares que hayan funcionado bien para ellos.

Community Manager

Sir Martín Yarlequé