

## Qual a forma de um Gerente de Mídias Sociais

A forma de um gerente de mídia social O mercado do marketing digital está sendo visto por gerentes de mídia social. As diversas ofertas de vagas que recebemos diariamente no nosso Mural de Vagas são uma comprovação da valorização deste tipo de profissional, mas o que realmente faz de um profissional de marketing online um verdadeiro gerente de mídias sociais e quais são as habilidades que as empresas buscam em um gestor de mídias sociais? Quem é o Gerente de Mídias Sociais O gerente de mídias sociais é a pessoa encarregada de organizar as diversas ações de marketing e relacionamento associadas às redes sociais e suas diversas mídias. É a pessoa encarregada de fazer as compensações e interações que ocorrem através das redes sociais que envolvem tanto os eventos de divulgação quanto as questões de relacionamento entre a empresa e seus clientes. O gerente de mídias sociais funciona como um agente de marketing e ao mesmo tempo como um ouvidor da empresa. Bastam poucas linhas para mostrar que essa não é uma função das mais fáceis, o que sempre fazemos questão de frisar em [nossos cursos](#), e justamente por isso, um gerente de mídias sociais deve ser uma pessoa multitarefa e multidisciplinar. Por isso, se você está buscando uma forma para esse tipo de função, vou dar algumas dicas sobre a forma de um gerente de mídias sociais e as habilidades que as empresas buscam neste tipo de profissional. Planeje sua carreira Um gerente de mídias sociais nasce da capacidade nas diversas áreas do marketing digital. Por isso, busque o máximo de capacidade nessa área através de cursos, seminários e palestras. Em primeiro lugar, desenvolva suas aptidões no que diz respeito ao marketing de busca, pois mídias sociais são intimamente relacionadas aos resultados de SEO. Um outro ponto essencial na forma de um gerente de mídias sociais é a web analytics. Ferramentas como o Google Analytics e conhecimentos profundos sobre as técnicas de web analytics são essenciais para a compreensão das ações de marketing nas mídias sociais, e portanto, são técnicas que o gerente de mídias sociais precisa dominar. Tenha uma presença digital de destaque Ter uma presença digital marcante é essencial para qualquer profissional que pretende exercer uma função de gerenciamento na área de mídias sociais. Tenha um blog impecável, um Twitter ativo e relevante (um Klout alto, ajuda) uma página de Facebook criativa e inovadora e um perfil no LinkedIn bem estruturado. A empresa que procura um bom gerente de mídias sociais vai querer saber de imediato se ele sabe cuidar do marketing pessoal antes de entregar as contas de seus clientes. Se você quer produzir o show, faça o seu show primeiro. Conheça as ferramentas disponíveis Em termos de mídias sociais, cada dia é uma nova descoberta. Mantenha-se em sintonia com o que há de mais atual em termos de ferramentas online e softwares referentes ao monitoramento e análise de dados. É necessário conhecer os recursos das diversas ferramentas ligadas à gestão de mídias sociais para que você possa otimizar o seu tempo de ter produtividade em suas ações. Por que ter uma equipe gigantesca se você pode atingir o mesmo nível de produtividade com uma equipe reduzida, mas bem organizada? Em nosso curso de marketing nas mídias sociais sempre chamamos atenção sobre a capacidade de se fazer um bom gerenciamento de mídias sociais dentro de um cenário com um orçamento limitado. Seja um heavy user das principais mídias Mídias sociais não é algo que se aprenda somente na teoria. Um gestor de mídias sociais necessariamente precisa ter uma experiência pessoal nos principais canais. Por isso, é imprescindível que você seja um heavy user das principais ferramentas como Facebook, Twitter e até mesmo do bom e velho Orkut, para que você tenha uma verdadeira noção de como a coisa funciona e do universo de opções que existem em cada uma delas. A prática em mídias sociais só lhe obriga a se manter atualizado com as ferramentas e seus recursos como também um campo aberto para pesquisa e observação. Além do mais, essa prática vai lhe ajudar em seu próprio marketing pessoal. Mantenha-se atualizado ou morra Um profissional de mídias sociais precisa estar em constante atualização para não ser atropelado pelas novidades que surgem de maneira cada vez mais rápida na Internet. A atualização constante é uma das estratégias para se destacar neste mercado. Por isso, tente estar sempre em sintonia com o que acontece lá fora em termos de técnicas e abordagens, pois aqui no Brasil nós estamos só começando. Leia muito, principalmente os relatórios publicados periodicamente por grandes consultorias lá fora. Participe do maior número possível de web seminários, muitos deles são inclusive gratuitos. Conhecer o pensamento e as experiências dos profissionais de destaque é meio caminho para evitar erros e construir estratégias de mídias sociais mais eficientes. Seja simplesmente humano Ser um profissional de mídias sociais é uma atividade que exige estar "online" 24 horas por dia, mas nunca esqueça que você e as pessoas com as quais deve interagir, são simplesmente seres humanos com qualidades, defeitos, curiosidades, paixões e características. Simplesmente isso, gente como outras quaisquer. Nunca se afaste do lado humano da estratégia, caso contrário você estará gerenciando campanhas para bits e não para neurônios. Mesmo no ambiente online, as pessoas ainda querem carinho e atenção, por isso trate seus contatos e clientes como pessoas e não somente como acessos. A forma de um gerente de mídias sociais não acontece de uma hora para outra, portanto, é melhor se planejar. Alberto Valle, consultor e instrutor do Curso de E-Commerce

## Sobre o Autor

O Curso de E-Commerce é uma consultoria especializada na área do comércio eletrônico e marketing digital que disponibiliza treinamentos tanto no formato presencial quanto online nestas áreas.

Source: <http://www.artigopt.com>