

NUEVOS PERFILES 2.0: ¿NACEN O SE HACEN?

Tradicionalmente asociamos comprar a entrar en contacto físico con el producto que deseamos adquirir, y hay quien aún no concibe la compra de otra manera. Sea como sea el momento de la compra, con las nuevas tecnologías se ha añadido un paso previo para llegar a ella, el llamado ZMOT (Zero Moment Of Truth), es decir las investigaciones previas que hacemos antes de optar por un producto y que se hacen posible gracias a Internet y las redes sociales. Nos convertimos en auténticos “exploradores digitales”, en busca de críticas de consumidores, calificaciones de expertos, vídeos y detalles sobre el producto, antes de tomar la decisión de compra. Este nuevo concepto se presenta como un desafío para las empresas y para los especialistas que deseen desarrollar su carrera profesional en este ámbito. Surgen los nuevos perfiles digitales 2.0.

Community Manager, Social Media Manager, Social Media Analyst, SEO Manager, SEM Manager, Content Curator... son palabras que suenan con fuerza, aunque aún no sepamos muy bien qué hace cada uno. Especialmente el Community Manager -básicamente el encargado de cuidar y construir las relaciones de la empresa con sus clientes y posibles clientes en el ámbito digital- es una profesión muy en boga. En un momento tan complicado para el mercado de trabajo como el actual, una persona en búsqueda de empleo podría plantearse formarse y especializarse en redes sociales y marketing digital como salida. Ahora bien, ¿basta con ser hábil en informática, tener una página en Facebook y 20 seguidores en Twitter para decidir si es ésta tu vocación? Decidir si quieres ser un Community Manager debería ir acompañado de una reflexión muy meditada que basaríamos en tres parámetros: vocación, competencias y capacidad de obtener resultados.

Primero, se debe tener verdadera vocación: se deben amar las redes sociales y estar pendiente de todo para conseguir llegar a los usuarios. En segundo lugar, a parte de inglés, se tienen que poseer una serie de competencias 2.0 para poder desarrollar el trabajo: visión global y estratégica del negocio, alto grado de iniciativa y de capacidad de adaptación, conocimiento de herramientas 2.0, trabajo en equipo con los distintos departamentos de la empresa, capacidad de comunicación de forma efectiva, clara y empática y, por último, importantísimo, gestión del tiempo y actualización continua. El mundo social media avanza a un ritmo vertiginoso. Si deseas ocupar un lugar importante, debes estar atento a cada acontecimiento y novedad, de lo contrario llegarás tarde. En último lugar, a parte de dinamizar, en la red tienes que lograr resultados, conseguir que te respondan, que la comunidad te adore, que te comenten. Para llevar a cabo una buena estrategia social media, hay que saber cómo plantearla, cómo comunicarla y cómo alcanzar los resultados.

Si después de estas reflexiones, convertirse en profesional del mundo on-line es tu elección, antes de lanzarte a buscar un master, consultar con un amigo que ya trabaje en ello (relativamente difícil de encontrar porque son profesiones muy nuevas) o directamente sondear ofertas de empleo, se debería partir de la realización de un buen plan de marketing personal propio, marcándonos un objetivo y una estrategia. Si eres incapaz de explotar tu propia campaña de marketing digital, si no sabes posicionarte tú mismo en las redes sociales, si no sabes gestionar tu identidad digital ni cuidas de tu propia reputación on-line, si no alimentas de contenidos tus propias páginas o blogs, si no atiendes los comentarios de tus contactos en redes sociales o profesionales, ¿cómo esperas tener éxito en este trabajo? ¿Cómo esperas hacerlo para una empresa si ni siquiera lo logras para ti mismo? Al final uno debe ser honesto consigo mismo y coherente entre lo que espera de algo y lo que puede ofrecer. El refrán “En casa del herrero, cuchillo de palo” no suele ser una buena política y definitivamente no funciona en Internet, donde estamos constantemente en el punto de mira.

Para ampliar cualquier información recogida en este documento no dude en ponerse en contacto con nuestro **departamento de Recursos Humanos**. Personas de contacto:

Oficina de Barcelona:

- Sílvia Forés. sfores@bovemontero.com. Telf.: +34.93.218.07.08. Responsable de RRHH

Oficina de Madrid:

- David Ortera. dortera@bovemontero.com. Telf: +34. 91.561.54.14

Oficina de Palma de Mallorca:

- Carlos López. clopez@bovemontero.com. Telf: +34. 971.77.51.24

Oficina de Valencia:

- Secundino Urcera. surcera@bovemontero.com. Telf: +34. 96.353.21.11

Bové Montero y Asociados. C/ Marià Cubí, 7, 08006 Barcelona NIF: B-08639734 [Http: www.bovemontero.com](http://www.bovemontero.com)

En el caso de no querer volver a recibir los próximos envíos de Flash RRHH, le rogamos nos lo comuniqué al email: sfores@bovemontero.com