

Аналіз обов'язків ком'юніті-менеджера в процесі управління веб-спільнотою

Оксана Ганець¹, Олександр Марковець²

Кафедра соціальних комунікацій та інформаційної діяльності, Національний університет “Львівська політехніка”, УКРАЇНА, м. Львів, вул. С. Бандери, 12,
E-mail: 1. oksanadk32@gmail.com, 2. sanmarkovets@gmail.com

This paper deals with the concept of community manager and the range of their duties in the web community management is analyzed.

Ключові слова — ком'юніті-менеджер, ком'юніті менеджмент, веб-спільнота, спектр обов'язків ком'юніті-менеджера, інформаційне наповнення, управління.

Вступ

Сьогодні Інтернет є невід'ємною частиною життя суспільства, сприятливим середовищем для розвитку багатьох соціально-комунікаційних процесів. Внаслідок суспільного попиту на комунікації та швидке зростання учасників веб-спільнот виникла потреба в ефективному управлінні ними. Завдяки ком'юніті менеджменту це зробити доволі просто, оскільки даний вид діяльності спрямований не тільки на налагодження та зміцнення комунікативних зв'язків, але і є потужним засобом впливу на формування громадської думки. А спектр обов'язків, що покладені на ком'юніті-менеджера забезпечить ефективне функціонування веб-спільноти.

Обов'язки ком'юніті-менеджера

Поняття «ком'юніті-менеджер» виходить за рамки наявних знань і досвіду використання соціальних мереж, це не фахівець з реклами в соціальних мережах, а управлінець спільнотами.

Ком'юніті-менеджер – це носій ідеології свого бренду, організації, компанії, який покликаний розвивати та управляти їх спільнотою [1].

В залежності від сфери у якій працює цей фахівець до нього висуваються різні вимоги, у відповідності до яких ком'юніті-менеджер виконує певні ролі (адвокат, евангеліст, комунікатор, футурист), що є багатофункціональними [2].

Існує такий спектр обов'язків, що можуть спричинити за собою певну роль ком'юніті-менеджера, в процесі управління веб-спільнотою:

- *Створення контенту* – написання повідомлень, статей, інформаційних бюлетенів, комунікаційних матеріалів та інших видів інформаційного наповнення.
- *Управління контентом* – управління змістом інформаційного наповнення, сприяння створенню високоякісних матеріалів.
- *Утримання існуючих та залучення нових учасників.*

- *Підвищення активності учасників* – створення опитувань, спонукання учасників до створення інформаційного наповнення, ведення дискусій, а також реагувань на дії інших учасників.
- *Маркетинг в соціальних мережах* - залучення трафіку користувачів та привернення уваги до спільноти через соціальні платформи.
- *Офлайн присутність* – організація заходів та зустрічей для активних учасників спільноти.
- *Відносини з учасниками спільноти* – забезпечення зворотного зв'язку, керування відгуками.
- *Реалізація* – сприяння реалізації стратегії спільноти, для ефективного її функціонування.
- *Поширення* – розміщення інформаційного наповнення на кількох майданчиках (кроспостинг).
- *Удосконалення* – аналіз ефективності функціонування спільноти, для визначення необхідності внесення змін та поліпшень.
- *Адвокація* – представлення інтересів спільноти (моніторинг, аналіз та інтерпретація думок учасників спільноти).
- *Управління користувачами* – реєстрація користувачів, управління діями користувачів.

Слід зазначити, що даний спектр обов'язків ком'юніті-менеджера може бути розширений та доповнений в залежності від цілей та потреб веб-спільноти [3].

Ком'юніті-менеджмент включає в себе можливість підтримки спільнот на всіх майданчиках Вебу. Основну відповідальність за забезпечення постійного функціонування спільнот та активну взаємодію з її учасниками несе ком'юніті-менеджер.

Висновок

Для забезпечення ефективного функціонування веб-спільнот, доцільно використовувати ком'юніті-менеджмент – новий вид діяльності, що сприяє підвищенню комунікаційних зв'язків та розвитку спільноти.

Література

1. Хто такий ком'юніті-менеджер? [Електронний ресурс] : seo-blog . – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://aweb.ua/seo-blog/znakomtes-komyuniti-menedzher-advokat-vashego-brenda/> (дата звернення 18.04.2015). – Назва з екрана.
2. Perkins Lauren. The Community Manager's Playbook: How to Build Brand Awareness and Customer Engagement / Lauren Perkins. – Apress, 2014. – 316 с.
3. Social media community manager playbook [Електронний ресурс] . – Електрон. дані. – Режим доступу: <http://cdn2.hubspot.net/hub/74005/file-15566531-pdf/docs/lyntonweb-social-media-community-manager-playbook>.