



Historias de un
Community con
**más de 7
millones de
seguidores**

Buscando **el Amor**

Con tantos seguidores, el tipo de personas que puedes encontrar es muy variado, por ejemplo, en una ocasión, en distintos posts de nuestro Facebook, una persona publicó en los comentarios algunas selfies, su intención pareciera ser que, era conocer a alguien. Nosotros no estamos para juzgar, finalmente el amor ha probado que se puede encontrar en cualquier lugar.

Monse Garduño

Más que un **Community**

Es importante que sepas esto, ser Community Manager es más que solo responder una duda o brindar información de un producto, es conocer y apasionarte por lo que haces. Tú eres la marca, tú brindas esa confianza, apoyo y cariño a los seguidores. Así que enamórate cada día de la marca con la que trabajes, no importa si tiene 10, 100, mil o 7 millones de seguidores, recuerda que son más que números, son personas que aman a la marca que representas.

Monse Garduño

La importancia **del equipo**

Sin duda alguna día a día aprendo algo nuevo. Desde el primer instante en que llegué encontré mucho cariño y apoyo de cada uno de los integrantes de mi equipo. Mi aprendizaje crece con cada enseñanza, guía y apoyo que cada uno me brinda, tienen mucha paciencia y son estupendos enseñando. El valor del trabajo y el apoyo en equipo son incomparables. Y sin duda alguna cada día descubro nueva información de autos y eso me encanta.

Monse Garduño



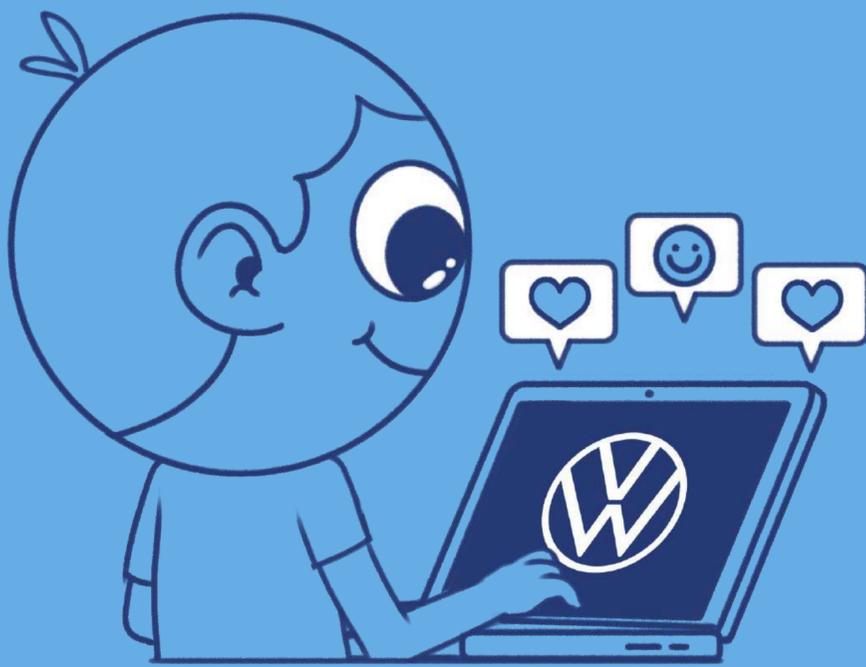
Conociendo **a famosos**

Hace menos de un mes, un Músico Famoso escribió por inbox para decirnos que había escrito una canción para uno de los modelos de Volkswagen, en modo fan me hubiera encantado decirle que lo amaba. Pero solo le pude contestar que necesitábamos sus datos para el departamento de Relaciones Públicas, hay que cuidar la imagen.

Fer Tecotl



Es raro
contestar
a personas
que conoces
desde el perfil
de la Marca,
aún no me
acostumbro.



Te doy **un consejo**

No importa si tuviste un mal día o simplemente no estás de buenas, todo eso debes dejarlo al momento de encender tu computadora. En el instante que comienzas a interactuar con los usuarios debes de recordar que dejas de ser tú, para convertirte en una extensión de la Marca. Y no solo eso, aprendes a valorar el significado que tiene Volkswagen para miles de personas que aman la Marca.

Un consejo extra, no te lo tomes personal. ¡Paciencia! Recuerda que representamos a la Marca más querida de México.

Fer Tecotl

Momentos **Tristes...**

En ocasiones nos comparten historias muy tristes, por ejemplo, una persona nos escribió para contarnos que le habían robado su Vocho y era un auto muy querido. Más que por lo material, lo ama porque era el recuerdo de un regalo especial que le dieron sus papás. Tenía un valor invaluable ese auto de su familia. Cuando nos contó, solo buscaba desahogarse, pero sobre todo, buscaba despedirse de su amado Vocho

Fer Tecotl

Amor a **Volkswagen**

Cuando me enteré que trabajaría para Volkswagen, sentí una enorme felicidad por tener más pretextos para compartir con mi esposo el amor que siempre hemos tenido por la Marca, pues ha estado en nuestros mejores momentos, desde el día que anuncié que estaba comprometida. Hasta ser parte importante en la foto de nuestra boda.

Fer Tecotl



¡El "trabajo" es
un pretexto que
nos une más
todos los días!

Volkswagen Lovers **de nacimiento**

A las personas les encanta que las escuches, así que en repetidas ocasiones había usuarios que nos contaban sus historias con algún Volkswagen y aunque parezca increíble, muchas de estas anécdotas eran sobre nacimientos de bebés en algún Volkswagen, así es, personitas que llegan al mundo en un auto.

Susana Luna

Lo aprendido

El cariño que todo un país le tiene a una marca muy especial. Los usuarios nos platican muchas razones que te hacen encariñarte muy fácil, pues todos ellos tienen buenos recuerdos y te cuentan cómo la Marca los ha acompañado durante toda su vida, sobretodo en momentos muy personales.

Incluso me ha tocado que marcas de otro sector interactúen con Volkswagen por medio de comentarios y siempre son comentarios positivos que demuestran cómo Volkswagen es una marca muy querida y admirada en general.

Todo esto me ha ayudado a comprender más las redes sociales con las que trabajamos, el comportamiento de los usuarios en cada plataforma y a mejorar mi forma de escribir.

Susana Luna

Esto te **puede servir**

Trata siempre de dar una atención especial a cada uno de los usuarios, imagina su rostro y responde como si los conocieras desde hace mucho tiempo. Los usuarios valoran mucho esa atención y eso los anima a interactuar más seguido, a que nos hagan comentarios positivos, pero sobretodo, a construir comunidad en redes.

Susana Luna

Hay que **adaptarse**

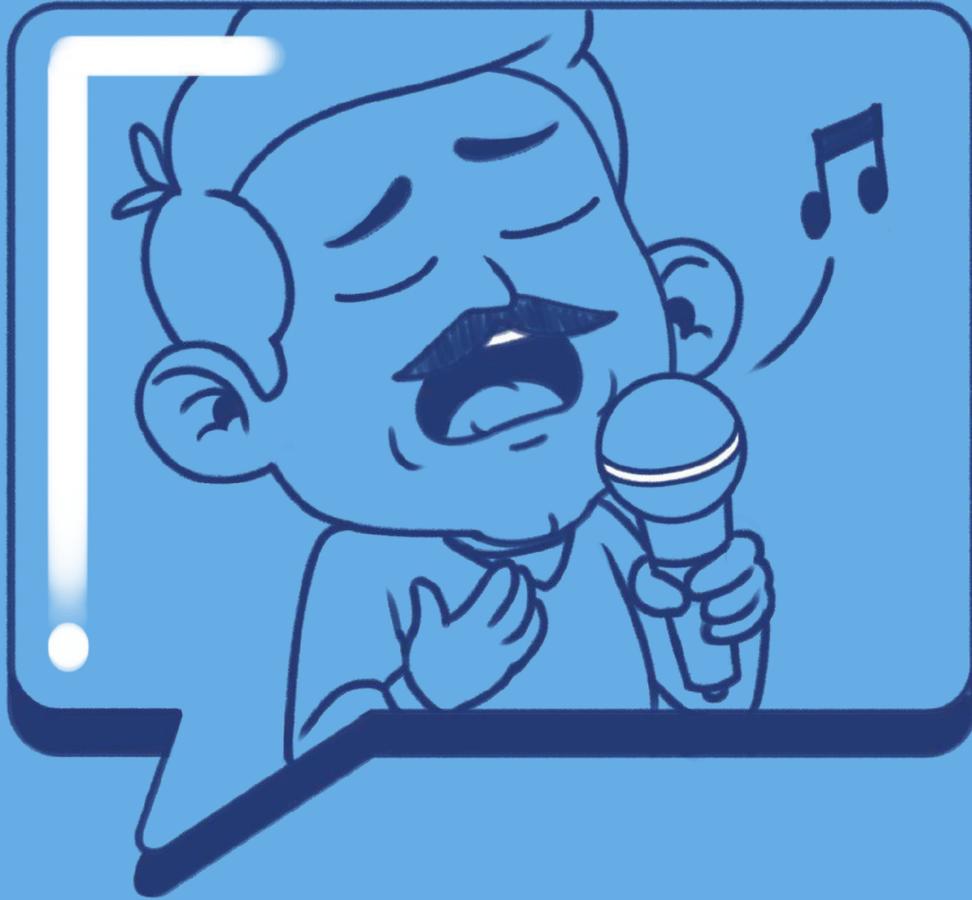
La cantidad de mensajes a contestar es gigante, sin embargo, para no perder el toque de la cuenta, el equipo realiza respuestas únicas y cuidamos hasta el más mínimo detalle como un punto, un emoji o un tag, en nuestras manos está el poder de mostrar a la Marca como algo "humano" y no como un robot sin personalidad.

Susana Luna

Guerra **de robots**

Hay muchas herramientas que han ayudado a mejorar aún más el servicio hacia las personas, pero en alguna ocasión un usuario que se peleó con Volky, nuestro Bot, cuando vimos el historial de plática notamos que fue una pelea épica, incluso descubrimos que cuando se dio cuenta de que Volky era un Bot, ofreció disculpas.

Pamela



Volkswagen **got talent**

Hay días más normales que otros, pero de mis favoritos ha sido cuando un usuario comenzó a enviarnos videos cantando, además nos preguntaba qué tal nos parecía. Todos conectamos con él, incluso hacíamos quiniela para adivinar qué canción nos iba a enviar o si continuaría haciéndolo.

Un día ya no regreso. ¡Aún lo extrañamos!

Pamela

Ama lo que **haces**

A aquellas personas que quieren dedicarse a ser Community Manager, les diría que amen cada momento que están atrás de la computadora, se aprende demasiado tanto en el aspecto profesional, como en el personal. Si les gusta la publicidad van por buen camino.

Pamela



**Ser un
Community
Manager** no
es solamente
subir imágenes
y responder.



Emocionante

Cuando entré a trabajar fue un poco abrumador al inicio, es una marca con más de 7 millones de personas que te están viendo, la responsabilidad es gigante, pero una vez que me di cuenta de lo mucho que quieren los mexicanos a Volkswagen, sentí emoción.

Carlos

Te lo digo como amigo

Llevar una marca tan grande y un volumen tan alto de mensajes te ayuda a mejorar en organización y a aprender cómo tomar decisiones de manera rápida, además al tener una comunidad tan fuerte le puedes dar una voz a la Marca que repercute inmediatamente en tu trabajo.

Así que toma tu trabajo muy en serio, ser el Community Manager de una marca es una de las partes más importantes de la empresa, tú eres el vínculo entre las personas y las marcas.

Carlos



En el
lanzamiento
de Tiguan,
llegaron
más de mil
tweets en un
solo día.





Alcanzar la paz

Cuando debes contestar más de 6 mil comentarios en un lapso de minutos las cosas parecen no tener fin. Sin embargo, había un sentimiento de paz cada vez que llegábamos a ceros después de ver cómo, tras contestar y contestar mensajes, en lugar de disminuir solo aumentaba el número.

Esto suele suceder en los lanzamientos o cuando personas con muchos seguidores comienzan a comentar y las conversaciones se hacen cada vez más grandes y se convierte en algo complicado, pero cuando al fin logras controlar todo, la satisfacción es muy grande.

Marlén

Un gran **orgullo**

Cuando me dijeron que estaba contratada fue un momento de mucha felicidad y debo decir que me sentí muy importante y orgullosa. Con apenas tres meses de haberme graduado de la Universidad, me dieron la oportunidad de que mi primer trabajo fuera dando soporte a una marca tan reconocida. Durante el camino, me he encontrado con gente 100% amante de la Marca y la interacción con ellos es padrísima, a pesar de no conocerlos en persona.

Marlén

Conecta con **las personas**

Trabajar con Volkswagen me ha dejado muchos aprendizajes y si te interesa trabajar en esto o ya lo haces, no importa si tu marca es grande o pequeña, siempre busca proporcionar una atención cálida, que los usuarios no sientan que están interactuando con un robot. Los Community Managers son los oídos de una marca, construyen, gestionan y administran la comunidad, por lo tanto, gracias a su labor se puede conocer qué están diciendo y cómo es que se percibe a la misma.

Siempre habrá usuarios intensos, lo importante es saber cómo responderles de forma estratégica e inteligente.

También es muy importante que conozcas la marca que llevas, ser un experto en los productos que ofrece. Conocer lo más que puedas sobre ella, evitará que proporciones información errónea.

Pero lo más importante de todo, diviértete; hay usuarios que son muy ocurrentes.

Marlén

Tiempo **completo**

Trabajar con una marca tan grande como Volkswagen, con más de 7 millones de seguidores, redefinió mi concepto de "Tiempo completo" y adaptarme a los horarios para responder fue lo más difícil para mí, ya que en las redes de VW se contesta sin parar los 365 días, esto se debe a que tanto fines de semana, horarios no laborables, días festivos, todo el tiempo llegan comentarios y todos son atendidos de alguna forma.

Afortunadamente, llegó un día Volky (nuestro bot) a echarnos la mano también.

Andy

Sueños **cumplidos**

Una vez ayudando a un usuario que buscaba un color específico para un Golf, me convertí en la intermediaria con algunos especialistas de Volkswagen para encontrar la Concesionaria donde estaba ese Golf, buscamos literalmente en todo el país y logramos encontrarlo.

Así fue como el usuario logró ponerse en contacto con la Concesionaria donde tenían el color de Golf que anhelaba. Tiempo después nos contactó para agradecer la ayuda que le dimos, pues ya había comenzado el proceso de compra del Golf de sus sueños.

Es raro que la gente regrese para agradecernos este tipo de cosas pero se siente bien, saber que ayudamos a alguien, así como ver cuando algún usuario se emociona porque Volkswagen le contestó ya sea un comentario, un storie o un tuit; para muchos, aunque al principio no lo creas, platicar con Volkswagen, es un sueño hecho realidad.

Andy

Conocimientos **integrales**

Trabajar para una marca con más de 7 millones de seguidores me ha ayudado a mejorar en muchos aspectos profesionales, desde la atención al detalle en cada caso que llega de queja o duda, hasta agilizar mi organización para poder atender tan pronto como sea posible a varios usuarios a la vez.

Sobre Volkswagen he aprendido mucho acerca sobre la historia de la empresa, todos sus puntos fuertes, sus puntos débiles, incluso un día sin darte cuenta ya estás defendiendo a la Marca vs otros autos.

A la par, también aprendes mucho sobre fijarte en ciertas características importantes en otros autos, o en el propio proceso digital que lleva la competencia.

Sobre todo, te hace muy empático en el proceso contactar con otra marca de cualquier sector, pues sabes bien que del otro lado hay una persona igual que tú.

Andy



Mensajes **mágicos**

Responder mensaje sobre los productos o servicios de la Marca es una parte importante del trabajo de un Community Manager con más de 7 millones de seguidores, sin embargo, de vez en cuando escriben personas que quieren hablar con el dueño de Volkswagen o buscan contacto directo con la planta de Alemania. También hay gente que usa nuestro inbox como carpeta para guardar fotos o hacer anotaciones personales, incluso la lista del súper.

Como sea, ya sea para servicio o descubrir que toman leche baja en grasa, todos los mensajes tienen su propio encanto.

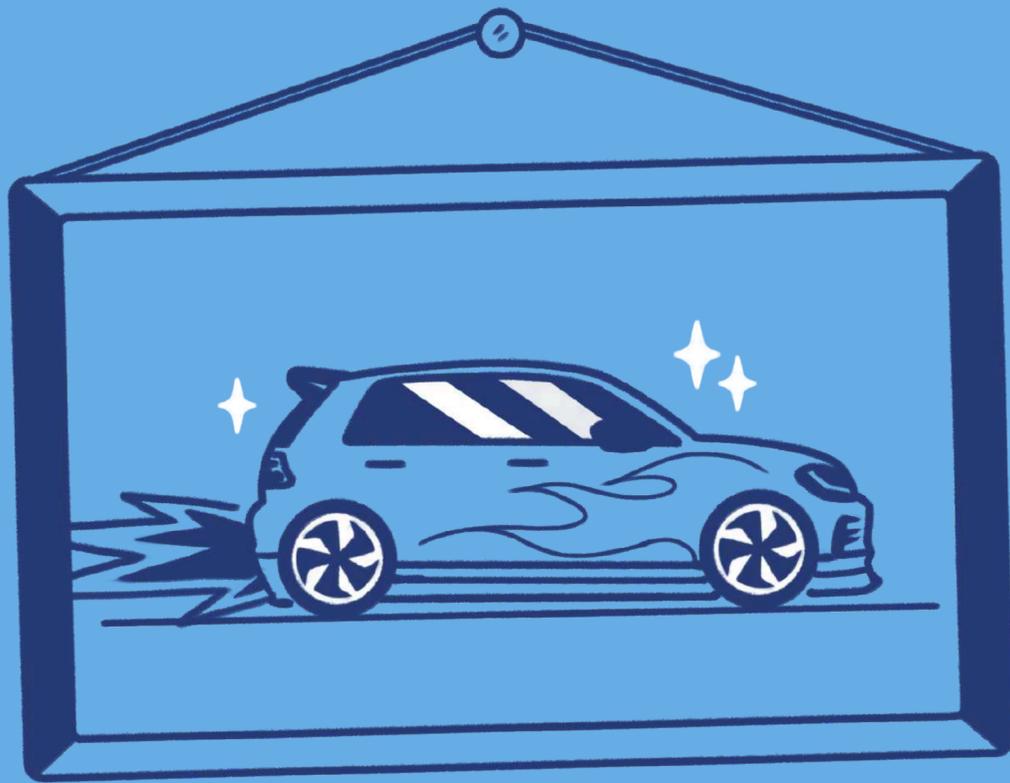
Dennis

Una gran **responsabilidad**

Cuando comencé a trabajar con esta Marca, al principio fue un poco intimidante saber que mis palabras representarán a una empresa tan grande frente a clientes interesados en comprar a su compañero para transportarse, sin duda es una gran responsabilidad.

Pero seguramente te darás cuenta que, al dar servicio a clientes, aprendes a ser empático y amable con las personas, te adaptas a las necesidades que el usuario necesita. Además, cuando eres tú el cliente, entiendes que quien está del otro lado también es una persona y solo hace su trabajo.

Dennis



Una historia **de niños**

La Marca tiene muchísimos fans y cada día nos llegan historias de todo tipo, pero recuerdo especialmente una en donde, un niño nos envió su diseño de un Golf, él lo dibujó, pintó y perfeccionó, de hecho nos explicó cuál era su tecnología y por qué debíamos de sumarlo al catálogo de producto.

Nosotros pasamos el caso y al final le respondimos con su diseño enmarcado y retocado en PhotoShop de parte de nuestros directores de arte.

Paulina

Quiero saludar **al Tío Volks**

Una vez nos llegó un comentario de un niño que al ver las Redes Sociales, y ver que todos nos decían el tío Volkswagen, el niño llegaba todos los días después de la escuela a escribirnos y contarnos cómo le había ido en su vida, en la escuela y en su casa, todo esto porque quería mucho al tío Volkswagen.

Paulina



Futuro **#VW** Lover

Un niño me troleó. Me pidió datos de todos los modelos actuales y me inventó toda una situación de su compra. Se me hizo curioso.

Entonces decidí visitar su perfil...
Era un niño de aproximadamente 10 años.

Itzel



La fan número 1

Nuestros creativos son los que hacen las publicaciones de Volkswagen, entonces una vez empezamos a recibir likes, shares y comentarios de una misma persona, al leer los comentarios, nos dimos cuenta que esta persona era la mamá de uno de los creativos, la cual estaba orgullosa del trabajo de su hijo.

Nosotros le respondíamos a sus comentarios pero es una anécdota que nunca voy a olvidar. Sin duda, nuestras mamás siempre están presentes en cada logro ya sea pequeño o grande.

Paulina

Cómete **al mundo**

Ser Community Manager es ser muy empático con tu comunidad y tratar de buscar la mejor solución a sus dudas o problemas. Ponerse en los zapatos de los demás y tratar a los usuarios como te gustaría ser tratado.

Para todos aquellos que son, o quieren serlo, siempre diviértanse en lo que hacen, dejen volar su imaginación y obtendrán grandes resultados. Siempre aporten su toque único, demuestren a la gente que no son un robot, que su trabajo es valioso y que están haciendo todo para realizarlo. Recuerden que sí es posible comerse al mundo desde su computadora.

Itzel



¡Gracias por leernos! 🥰