

JUAN MERODIO

Experto en marketing online y redes sociales

# «La presencia en las redes sociales tiene mucha "culpa" de que un negocio crezca»

«A las empresas les cuesta cambiar y darse cuenta de que estar en internet es una inversión de futuro»

De la mano de la Cámara de Comercio de Zamora, un total de 17 empresarios han participado en una jornada de posicionamiento personal y empresarial en Internet de la mano del experto Juan Merodio.

## Perfil

Madrid, 1980

Con trece años de experiencia en el sector, Juan Merodio es un destacado experto en marketing digital y redes sociales. Es ponente habitual en congresos y profesor de varias escuelas de negocios y universidades. Aunque su formación es la de ingeniero en Telecomunicaciones, él se denomina como autodidacta y emprendedor. Es fundador, entre otros, del «Grupo Ellas», empresa enfocada a la creación de webs dedicadas a la mujer en distintos ámbitos. Además, es socio y director de Marketing de «InvierteME», la Red de Emprendedores e Inversores y fundador de Emprénde Finance. Tiene varios premios por sus ideas y es autor de seis libros de marketing en la red.

—¿Qué función tiene un experto en desarrollo de aplicaciones interactivas y marketing online?

—Me dedico a asesorar a empresas y a personajes públicos de cómo utilizar Internet, redes sociales y todos los canales

para desarrollar ideas. Al final son distintas vías para crecer y hacer tu negocio más rentable.

—¿Qué claves le ofrece a los asistentes a los cursos para poder gestionar su negocio de forma óptima?

—Yo intento transmitir mi experiencia, lo que hago día a día, ahí se ve qué funciona y qué no. En los cursos explico lo que me ha funcionado, por lo menos para que los golpes que yo me he llevado intentar que la gente no se los lleve. Se llevarán otros, pero por esos que no tengan que pasar.

## «Hay que tener cuidado, lo que se sube a la red puede perjudicarte»

—¿Es la gente joven la que mejor se desenvuelve en Internet?

—No tiene porqué. Tecnológicamente tienen más empatía, pero la media está en los 33 años, no en los 20.

—¿Para venderte tú como persona, para conseguir un puesto de trabajo, es importante también utilizar las redes sociales?

—Desde luego, son plataformas muy importante para darse a conocer. Es importante cuidar la marca personal, cada vez más, porque nosotros buscamos a la gente y la gente nos busca cuando va a hacer negocio con nosotros o nos va a contactar, por eso la imagen que proyectamos es importante cuidarla en redes como LinkedIn o Facebook.

—¿Entonces subir fotos después de una fiesta no es buena idea?

—No es que no se pueda, pero hay que tener cuidado por si te puede perjudicar.

—¿Qué vigencia tienen las distintas técnicas en una realidad virtual en constante cambio?

—Lo que funcionaba hace seis meses ahora ya no funciona. Cada vez va todo más rápido y el único modo de saber lo que es mejor es la

prueba-error, no hay otra. Se detecta lo que funciona y se utiliza hasta que deja de ser efectivo, y entonces se empiezan a buscar otras opciones.

—¿Qué les ha contado a los empresarios zamoranos?

—Les he hablado de toda la parte de Internet, sobre cómo podemos establecer una estrategia para que nuestra empresa pueda crecer en las redes sociales, cómo hacer una web efectiva y cómo medir

todo esto para saber si te está funcionando o no.

—¿Qué tanto por ciento del desarrollo de una empresa tiene que ver con su posicionamiento en las redes sociales e Internet?

—Es difícil establecer un tanto por ciento, pero yo creo que muy elevado. Un gran porcentaje de la culpa es de las redes sociales.

—¿Todas las empresas deberían estar presentes en la red para poder crecer?

—Una empresa en la que sus clientes estén en Internet y ella no tenga una correcta presencia va a



FOTO JAVIER DE LA FUENTE

El experto Juan Merodio durante una de sus sesiones.

tener problemas en un medio-largo plazo.

—¿Qué les cuesta más a las empresas en este sentido?

—Adaptarse al cambio, y sobre

todo cambiar el chip de la necesidad de todo esto, de invertir en recursos que lo hagan bien. Hay que verlo como una inversión a largo plazo.

—¿Es muy caro para una empresa estar al día en las redes sociales?

—Mucho o poco, depende de la rentabilidad que te de, pero es más barato que otros canales. Aún así si que necesitas dinero, evidentemente.

—¿Lo puede asumir el propio empresario?

—Si sabe sí, el mayor error es que se intenta hacer sin tener idea de cómo funciona. En ese caso o no consigues nada o te puedes meter en un problema.

—¿Se necesita formación?

—Más que formación es experiencia, al final se trata de haber trabajado y haber hecho cosas que te avalen. Si puedes tener una formación, genial, pero lo más importante es ponerte a practicar e ir descubriendo cómo funciona este entorno.

—¿Cuál es el primer paso que tiene que dar una empresa al enfrentarse a las redes sociales?

—Tener claro el ambiente en el que se mueve, contar con gente que sepa cómo hacerlo y que le ayude a perfilar esta primera estrategia antes de entrar en ellas.

—¿Y abrir sin más un perfil en Facebook de la empresa?

—Si están dispuestos a que les suelten en medio del desierto del Sáhara sin ningún tipo de mapa y que busquen la salida, que lo hagan.

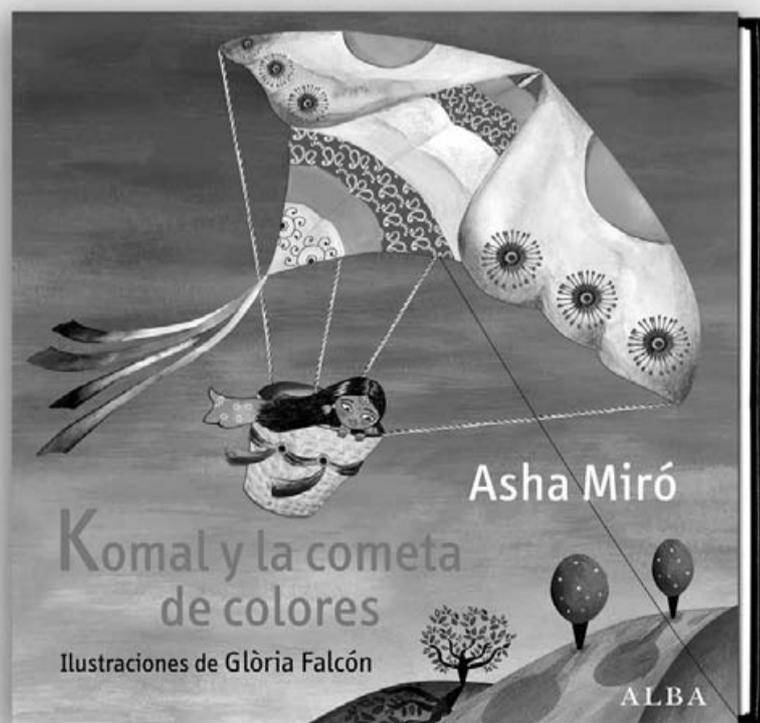
—¿Puede ser contraproducente entrar sin tener antes una estrategia?

—Si no lo haces bien puede hacerse daño.

## Komal y la cometa de colores

Asha Miró

Ilustraciones de Glòria Falcón



La bonita historia de la princesa Komal. Un cuento mágico que transmite la importancia de la amistad, la solidaridad y el trabajo en equipo.

