

# la fábrica de las palabras

redacción de contenido para empresas

## Cómo pasar tu negocio a versión digital sin sobresaltos según Juan Merodio

SIN CATEGORÍA

PUBLICADO EL 14 SEPTIEMBRE, 2016



**Juan Merodio**  
EXPERTO EN MARKETING DIGITAL  
Y REDES SOCIALES

Juan Merodio es uno de los principales expertos en España y Latinoamérica en Marketing Digital, Redes Sociales y Transformación Digital. *Speaker* habitual en congresos de reconocido prestigio internacional así como profesor de las mejores Escuelas de Negocio y Universidades, entre las que destacan la Rey Juan Carlos, Universidad de Barcelona, IE, Les Roches y ESADE.

Se ha formado con profesionales de Silicon Valley y es asesor digital así como consultor en marketing digital para empresas en España, LATAM, EEUU y Canadá. Es director del Máster de *Big Data y Analytics* en Marketing Digital y de varios programas de Redes Sociales.

Su última aventura emprendedora ha sido en *Engage Worldwide*, un proyecto internacional focalizado en Latinoamérica mediante la cual creó una agencia de transformación digital de negocio para adaptarse a la nueva economía con oficinas en Miami, Bogotá y Toronto.

Ha recibido el galardón que al mayor *influencer* en España y ha publicado ocho libros de Marketing Digital y Redes Sociales aplicado a empresas, su última obra es *10 Business Factors... para evitar la muerte de tu empresa*.



Juan, ¿nos podrías decir cuáles son las claves para internacionalizar los productos o servicios de una empresa utilizando los medios digitales? ¿Qué pasos habría que seguir para entrar en el mundo digital y ser visibles?

1. La primera parte es conocer nuestra posición actual, es decir, dónde está nuestro negocio y de qué recursos disponemos para la internacionalización y la entrada en el mundo digital.
2. Con el conocimiento de dónde estamos y lo que tenemos debemos trazar la estrategia a seguir con esos recursos a nuestro alcance. Debemos preguntarnos "¿qué puedo hacer hoy con lo que tengo



Los cuatro pasos a seguir

para no solo ser mejor sino también aparentarlo?" Se trata de ser mejores pero también ser más atractivos en la parte digital.

3. El siguiente paso sería llevar la teoría definida anteriormente a la práctica, es decir, entrar en la parte táctica e implementar las acciones. En esta parte recomiendo que cuentes con alguien profesional en la materia ya que, de lo contrario, los esfuerzos que lleses a cabo probablemente no te den resultados.

4. Y el cuarto paso sería analizar y medir todo lo que haces para poder aprender de ello, ver qué te funciona, qué no y cómo mejorarlo. En muchas ocasiones las primeras acciones no dan resultados, pero no pasa nada, es algo normal, por lo que no te desmoralices. Debes seguir analizando el por qué no funciona y

hacer pruebas hasta detectar lo que le funciona a tu empresa.

¿Consideras posible continuar un negocio hoy en día sin tener presencia digital? ¿Qué puede pasar en caso de no estar disponibles en ese formato?

Sí, es viable. Depende del tipo de negocio, no es lo mismo una panadería de barrio que, siendo realista, su público es de proximidad y -mejore o no su presencia digital- en principio no sufrirá grandes cambios, que una agencia de viajes. En el segundo caso hay una alta competencia y son servicios que se compran en su mayoría en Internet. En esta parte es imprescindible analizar los pros y los contras de tu negocio, si entras o no en el mundo digital y actuar en función a esos resultados.



Cuando tu negocio existe en versión digital tiene un alcance mundial

Muchos consideran el gasto en contenido para redes sociales y el hecho de tener un *community manager* profesional un gasto sin retorno. ¿Qué opinas de eso y cuáles son los peligros de poner a una persona no profesional en un cargo como ese?

No es un gasto sino una inversión. Realmente se convierte en gasto cuando no devuelve ningún tipo de beneficio y eso suele pasar cuando se contrata a gente no profesional. Nadie puede garantizar el éxito, pero lo que sí es cierto es que si tienes al lado a un profesional que te asesora y te indica el camino a seguir aumentarás tus posibilidades de éxito.



Si una empresa decide invertir en su versión digital, ¿cuál debería ser su retorno y en cuánto tiempo? Muchos se ponen impacientes y quieren resultados al mes. De hecho se cree falsamente que tener muchos fans en una página ya es suficiente. ¿Qué opinión tienes acerca de esto?

Esta pregunta no puedo contestarla directamente ya que intervienen muchos factores y no sería una respuesta correcta.

El retorno puede ser cualitativo y cuantitativo, por lo que no se debe medir solo como retorno el vender más, sería un grave error. Debes medir en distintos puntos: cómo esas acciones que haces en las redes están mejorando tu negocio o la relación que tus clientes tienen con él. Debes pensar en el largo plazo.



Puede haber acciones cuyo retorno veas en dos años y otros en tres meses. La idea es saber fusionar distintos tipos de estrategias y que éstas te ayuden a que ese retorno sea real.

El éxito nada tiene que ver con el número de fans de una página, es más, si tuviese que decir el grado de influencia del volumen de seguidores de una página con el éxito de las acciones diría que es solo del 1%. En conclusión, céntrate en calidad, no en cantidad.

Si una agencia o un *freelance* está gestionando las redes sociales y contenidos de una empresa, ¿cómo el empresario que le contrató puede saber si lo está haciendo bien? Por lo general los empresarios actuales no saben nada ni de redes sociales ni de blogs, por lo que es como chino básico para ellos. Eso deja la puerta abierta para que muchos les "vendan

humo". ¿Cómo evitarlo?

¡Totalmente! ...y la respuesta es muy sencilla: formación. Si no sabes de algo no puedes tratar ni saber si lo que se está haciendo es correcto. Como empresarios a día de hoy es IMPRESCINDIBLE tener una formación estratégica en materia digital, no se trata de saber cómo hacerlo sino de tener una visión global de la aplicación de herramientas digitales a un negocio, como se tienen en otras disciplinas empresariales.

¿Te imaginas un empresario que no sepa nada de finanzas? Lo más probable es que su negocio no llegue nunca a nada y, aunque suene radical, el impacto del mundo digital es igual, por lo que sin formación no hay futuro en una empresa.



Formación

## **Juan Merodio en el Diván**

Un sueño por cumplir: Viajar al espacio

Tu mayor fortaleza: Constancia y optimismo

Tu peor debilidad: Paciencia

Una frase célebre que te inspire y el nombre de su autor: El 90% del éxito depende de la insistencia – Woody Allen