



Tomando un café con...

Iniciamos sección "Tomando un café con..." y os presento a Juan Merodio. Juan es uno de los principales referentes en España y el mundo hispano en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0, además de profesor en distintas escuelas de Negocio y Universidades de masters y postgrado, así como ponente en los eventos y Congresos más destacados del sector.



Juan Merodio, uno de los principales referentes en España y el mundo hispano en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0

Pero por encima de todo esto, Juan ha sido **mi profesor en Inesdi, del cual nunca me perdí una clase y mentor en mi carrera profesional**. Siempre dispuesto a escuchar y dar consejos acertados y realistas para nuestro desarrollo profesional. Una **persona a la que admiro, cercana y amiga** a la cual le agradezco mucho que haya venido a tomarse un café conmigo e inaugurar esta sección. ¡Espero que la disfrutes tanto como yo!

10 consejos sobre redes sociales para pymes jóvenes

Me gustaría enfocar la entrevista en un sector que todavía no tiene claro qué hacer con su presencia en redes sociales: **las pymes jóvenes, del sector servicio, con una facturación menor a 500.000€ anuales.**

1. **Juan, imagina el caso de una pyme que quiere darse a conocer para vender más y decide entrar en redes sociales. No cuenta con presupuesto suficiente como para contratar a un Community Manager, por lo que decide contratar a un freelance. ¿Cuál sería el primer consejo que le darías antes de empezar?**

Que definan 3 objetivos que puedan medir acerca de lo que quieren conseguir con las redes sociales, con ello establezcan qué redes sociales van a usar y cómo, y siempre pensando en aplicar la creatividad para generar viralidad en la mayor medida posible.

2. **Visto que muchas empresas creen que estar en redes sociales es gratis, y no es así, ¿cuál crees que sería el presupuesto mínimo que debe invertir una pyme en un inicio?**

Yo establecería un presupuesto mínimo de 100€ al mes, que dependiendo el objetivo de la empresa, pero lo distribuiría entre la promoción de actualizaciones de Facebook y sus anuncios patrocinados segmentados al público al que quieres llegar.

3. **Hay empresas que empiezan sus andaduras en redes sociales con la colaboración de un familiar joven que se mueve muy bien en Facebook. Si tenemos en cuenta que las nuevas generaciones son las generaciones tecnológicas, y controlan muy bien las plataformas, ¿crees que una pyme puede llegar a consolidar su presencia con nativos de internet (llamados también "cuñait manager")?**

No lo creo, el ser nativo digital no te dota de los conocimientos sino de una mayor facilidad de uso, por lo que yo recomendaría siempre ponerse en manos de profesionales que te ayuden a marcar la estrategia a seguir y cómo ejecutarla adecuadamente, aunque luego puedas apostar por que una persona cercana a ti aprenda y se dedique a ejecutar la estrategia.

4. **Estar en redes sociales por estar no lleva a ningún lado. Es importante conocer bien a tu público objetivo, saber dónde está, construir un mensaje adecuado, y definir una estrategia y un plan de acción. Si tenemos todos estos conceptos claros, ¿cuánto tiempo suele pasar desde que una pyme inicia las andaduras en redes sociales y sus acciones den frutos?**

Yo siempre digo que piensen en 24 meses en adelante, realmente son acciones que necesitan tiempo pero si las haces bien son efectivas, por lo que es importante tener paciencia y complementarlas con otras acciones online de carácter más inmediato como puede ser el SEM.

5. **¿Cuál es criterio para definir en qué red social debería estar una pyme?**

Para mí el criterio es donde está tu público objetivo, donde él esté debes estar tú, ellos son los que mandan y nos debemos a nuestros clientes.

6. ¿Qué recomendarías a una empresa en la que cuyas estrategias en sus publicaciones sean sólo las promociones y lo buenos que son sus productos?

Que cambie ya su estrategia, deben poner en el centro a su cliente, no a la empresa, a los usuarios no nos gusta que nos intenten vender constantemente sino que nos aporten valor en algo que nos sea útil y ya con ello decidiremos si comprar.



content/uploads/2014/03/entrevista-a-juan-merodio.png

7. Las métricas por las que medimos la gestión de nuestra presencia en redes sociales, pueden ser muchas. Pero si hablamos de una empresa de servicios, ¿cuáles métricas nos deberían importar más?

Creo que es importante fijarse en el volumen de contenidos orgánicos (el no pagado) que se genera alrededor de tu marca, por lo que las métricas para mí serían la evolución de visitas en la web/blog, tiempo de permanencia, incremento de seguidores en redes sociales, incremento del engagement en las redes sociales, incremento de suscriptores al blog, % de conversión a leads (datos de potenciales clientes).

8. Hoy por hoy, cuál sería la red social que recomendarías a un cliente como el del caso mencionado, para empezar y conseguir tráfico a su web.

Decantarme por una es difícil, pero por orden de importancia en función de la penetración que tienen en el mercado serían Facebook, Twitter y Youtube.

9. A raíz de unos estudios sobre el alcance de las marcas en Facebook, que comentaste hace poco en tu blog, hablas de que llegará el momento *Facebook Zero*, que para poder llegar a tener visibilidad antes los fans será necesario pagar campañas de anuncios en Facebook, ya que orgánicamente, será imposible que te vean. Hacer campañas de pago, ¿es realmente interesante para una empresa que recién empieza? Y, ¿con qué presupuesto mínimo recomiendas que una pyme haga una campaña?

Sí, es interesante usar la publicidad de Facebook bien enfocada porque te permite con poca inversión comunicarte y que tu mensaje llegue al cliente que quieres, que convierta o no depende de más factores. Respecto a inversión mínima como decía antes establecería 100 € al mes y luego variaría en función de resultados.

10. Si esta es la situación actual, ¿crees que en un futuro no muy lejano, los usuarios que están en Facebook, porque quieren divertirse y conversar con sus amigos, migrarán a otra red social cansados de tanta invasión publicitaria?

No tengo ninguna duda que así será, de hecho esto ya ha empezado a suceder desde hace 4 meses, todo es cuestión de tiempo, pero Facebook creo que ahora está en su mejor momento.

11. Cambiando un poco el tema Juan, de esta pregunta no te salvas...¿Qué tal tu experiencia con las Google Glass?

Brutal, las quiero ya, jejeje, he tenido la suerte de poder probar en junio de 2013 las Google Glass normales, y hace dos semanas las primeras Google Glass graduadas en España, así que un +1 para ellas.

Jajaja...¡yo también quiero unas! Esperemos que estén pronto disponibles y asequibles para muchos. **Muchas gracias Juan**, tomamos nota de tus recomendaciones, ha sido un placer conversar contigo y tenerte por aquí. Hasta pronto.