

FACEBOOK, TWITTER, YOUTUBE, PINTEREST O INSTAGRAM SON LAS PLATAFORMAS CON MÁS ADEPTOS

Redes sociales, un escaparate con millones de clientes potenciales

Innovem centró la mirada en las opciones que ofrece internet, un medio que ofrece grandes posibilidades a las empresas para dar a conocer sus productos

ISAAC PONS DE ROSA Es Mercadal

Una de las primeras conferencias que hubo por la mañana fue la de Juan Merodio, experto en marketing y redes sociales, que habló sobre el nuevo entorno de las empresas, con el marketing 2.0 y el uso de estas plataformas que cuentan con millones de usuarios.

Durante su intervención, Merodio habló de cómo ha cambiado el paradigma del marketing empresarial, y como las nuevas tecnologías están afectando a todo ello. Así, trasladó cuál es la estrategia que pueden definir las empresas para sacarle partido a las redes sociales y a las nuevas tecnologías, ya que, según afirma, "es cierto que ahora muchas empresas están ahí, pero no están de la manera más adecuada".

¿Qué debe hacerse?

Lo primero es saber cómo funcionan, contar con gente que sepa trabajar en esto, y tener claros los objetivos. Al final, el objetivo no es estar por estar, porque es un arma de doble filo. Hay que saber exactamente qué quieres obtener de las redes sociales.

Entre las utilidades de las redes so-



MERODIO. Es experto en marketing 2.0 y redes sociales

ciales están las de fidelizar y darse a conocer.

Sí. La parte fundamental es generar contenidos de calidad, a través de un blog corporativo, de un video... Hay que ser capaz de generar contenidos que puedan interesar a los que van a ser tus potenciales clientes. Hay que pensar en comunicar, no en vender. Las redes sociales muchas veces se ven como un canal de venta, y no lo es, al menos en una primera fase, y hay que tener cuidado con eso.

Así, se está haciendo mal...

Aunque no es bueno generalizar,

generalmente sí. Son pocas las empresas que le están sacando un buen partido. Sobretudo porque intentan trasladar otros modelos de funcionamiento del marketing a las redes sociales, cuando es algo totalmente distinto.

¿Cómo se hace para hacer un buen uso de estas herramientas?

Lo básico es pensar que todo lo que hagas va enfocado a satisfacer a tus clientes y no a tu empresa. Que es algo que normalmente se piensa: Hacemos cosas para vender al cliente y nosotros nos beneficiamos. ¡No! Haz para que el

cliente se beneficie de lo que estás haciendo, y esto te traerá un retorno a largo plazo. Porque estamos hablando de estrategias que son para resultados a 24 meses.

¿Cuales son las plataformas más útiles para estas estrategias?

Tenemos las generalistas, que son Facebook y Twitter, Youtube es una red social que está creciendo mucho con la generación de contenidos en video. Y luego tenemos redes sociales basadas en fotografía, como Pinterest o Instagram que también están cogiendo fuerza. En cuanto a datos, en España ya hay más de 17 millones de usuarios registrados en Facebook, es casi un 40 por ciento de la población española.

Habrán empresarios que se preguntarán de qué modo pueden ellos utilizar Youtube, u otras plataformas....

Una opción puede ser hacer videotutoriales. Imagina una fábrica de sofás que muestre el proceso de fabricación que muchos desconocemos. Al final, lo puedes utilizar para muchas cosas con tus potenciales clientes, que de otra manera no podrían verlo. Ver estas cosas siempre ha interesado, pero no

La agenda de hoy

■ 9.30 horas: Caso de buena práctica: Cien pies, con su fundador, Ramón Marrades.

■ 9.50 horas: Presentación de proyectos empresariales innovadores.

■ 11.30 horas: Coffee break.

■ 12.15 horas: Caso de buena práctica: Minube.com, con su socio fundador, Pedro Jareño.

■ 12.40 horas: Presentación de proyectos empresariales innovadores.

■ 14 horas: Almuerzo con ponentes y empresarios.

■ 15 horas: Finantial corner.

■ 16 horas: Conferencia "Adaptando el modelo del cliente", con Álvaro López y Matilde Boix, de Vueling.

■ 17 horas: Caso de buena práctica: Menéame, con su socio fundador, Benjami Villoslada.

■ 17.30 horas: Conferencia "Emprender en Silicon Valley", con Ricard Garriga, Rebeca Hwang y Jordi Valls, de YouNode y Start Up Embassy.

■ 18.30 horas: Clausura.

teníamos estos canales para poder verlo. Pero si te dan la oportunidad de ver cómo han hecho tu sofá, por qué no en un minuto y medio ver cómo se ha montado, o como se ha cogido la piel.

LA EXPORTACIÓN ES UNA ESTRATEGIA VÁLIDA EN ESTE MOMENTO

Una apuesta por los mercados internacionales

I.P.D.R. Es Mercadal

También durante la mañana, en Innovem se contó con la presencia del director general de Azulejos Huguet, una empresa mallorquina invitada a la feria por representar un ejemplo de buena práctica empresarial. Biel Huguet habló a los presentes de la evolución que se ha producido en los últimos años, pasando de lo tradicional y local a lo contemporáneo e internacional.

¿Cómo analiza el momento actual a nivel empresarial?

Es evidente que es un momento muy difícil, muy complicado, porque faltan apoyos por muchos lados. Falta formación, falta financiación, falta espíritu emprendedor, faltan muchas cosas. Pero está claro que quien apuesta, quien

trabaja, quien está preparado y quien es constante, sale adelante. No quiero dar lecciones a nadie, porque no dejo de tener una empresa pequeña, en el sector de la construcción, seguramente, de los que peor están estos últimos cinco años. Y salimos adelante, con mucho trabajo y, sobre todo, innovando mucho, tanto en productos, en mercados, saliendo a vender a todo el mundo, que es muy grande. Por lo tanto, hay que hacer un discurso optimista, siendo conscientes de la realidad y teniendo claro que hay que trabajar mucho y bien.

¿Cual ha sido su estrategia?

Diciendo sí a todo. Cuando los clientes nos plantean retos nuevos, siempre decimos que sí, que por lo menos lo intentaremos. Hay que querer ser muy innovadores,

que la empresa y su gente lleven la innovación en su ADN, entender que sin ella no hay futuro.

¿Cómo innova una empresa como la suya?

La innovación se produce a tres niveles, a nivel técnico, sabiendo cómo sacar el mejor partido al cemento, cómo sacar piezas que no se habían hecho antes; innovar a nivel estético, con nuevos diseños, nuevas formas, colaborando con arquitectos y diseñadores internacionales; e innovar en mercado, porque Mallorca y las Islas son muy pequeñas y el mundo es muy grande. Lo que estamos haciendo es abrir representaciones comerciales en varios países, no sólo de Europa, sino más allá. Ahora mismo estamos trabajando en una obra muy grande en Polonia, estamos estudiando otra importante en Italia, vendemos a Japón, a Alemania, a Rusia. Los hoteleros han sabido que el mundo era muy grande, pero a la industria le ha costado mucho averiguarlo.

¿Con cuántos trabajadores cuenta su empresa?

A día de hoy somos dieciséis trabajadores.



HUGUET. Su empresa obtiene buenos resultados con las exportaciones

¿Es complicada esa expansión en una empresa como la suya?

Sí. Tienes que encontrar tu sector. Cuánto más creces, más fuerte tienes que ser. Pero nosotros, en los últimos dos meses hemos incrementado la plantilla de doce a dieciséis trabajadores, porque esta estrategia de crecimiento basada en la internacionalización está funcionando y permite que crezcamos. Evidentemente no siempre se podrá crecer al mismo ritmo.

¿Qué están haciendo mal las empresas?

Yo creo que es un estado de ánimo general de la sociedad, que no reacciona. Y quien debería dar liderazgo social, que son los gobiernos, las administraciones públicas, no lo hacen. Hace años que no dan luz, que no apuestan por invertir en futuro. Y si no lo lidera quien debería hacerlo, quedamos en manos de la sociedad civil, de la gente que tenga iniciativa. Los emprendedores y los empresarios estamos muy dejados de la mano de Dios. Dependemos de nosotros mismos y tenemos muy poco apoyo del entorno.