



Juan Merodio

EXPERTO EN MARKETING DIGITAL
Y REDES SOCIALES

10/02/2015 BY INGRID BETANCOR

Juan Merodio: “Las RRSS nos permiten conseguir cosas que nunca habríamos imaginado”

Estrenamos un nuevo apartado en nuestro blog dedicado a importantes figuras del Marketing con la entrevista a **Juan Merodio**, uno de los principales expertos en España y Latinoamérica en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 2.0. Ponente habitual en congresos de reconocido prestigio y profesor de algunas de las mejores universidades de España, autor de ocho libros y colaborador de diversas publicaciones, Merodio, nos ha brindado un hueco en su agenda para contestar a nuestras preguntas.



Experto en Redes Sociales y Marketing 2.0, fundador de diversas empresas relacionadas con el Marketing Digital y la Reputación Online, Blogger... Si tuviéramos que definir ahora mismo quién es Juan Merodio, y a qué se dedica, ¿qué respondería?

Yo diría que soy un emprendedor con ganas de aprender, crear, probar e intercambiar experiencias con otras personas.

A caballo entre España y Latinoamérica, ¿de dónde saca Juan Merodio tiempo para actualizar su redes sociales, preparar sus conferencias, grabar sus podcasts, vídeos, etc.?

De lo que un profesor una vez me dijo que llamaba "retales de tiempo" y son esos momentos muertos que normalmente no aprovechamos, y me refiero cuando voy en tren, en las terminales de aeropuertos, en el avión, en el taxi.... Al final es buscar los huecos para ir haciendo poco a poco cosas.

Vivimos rodeados de ordenadores, tabletas, telefonía inteligente, pero, ¿sin qué 'device' podría vivir Juan Merodio?

Creo que podría vivir sin Tablet porque lo suplantaría el ordenador, pero tengo que reconocer que me costaría, ya que lo uso mucho para leer.

Has dicho que además contestas a todos tus seguidores, y que crees en el Karma 2.0, ¿a qué te refieres con ésta frase?

Sí, siempre, siempre contesto a todo el mundo, ya que si alguien decide dedicarme tiempo a escribirme creo que lo mínimo que puedo hacer es dedicar un tiempo a contestarle. El Karma 2.0 es pensar en los demás primero antes de en ti mismo, es decir, dar más de lo que esperas recibir y recibirás más de lo que has dado.

Recientemente se publicaban los datos de un estudio que concluía con el supuesto de que las empresas que contestan a sus seguidores en Facebook no sólo obtienen muchas más preguntas sino que además suelen tener mejores resultados, ¿qué tan importante es para las empresas ser activas en las redes sociales?

Mucho, es un canal de comunicación bidireccional, si una empresa sólo lo usa para hablar de si misma y no establecer diálogos, creo que lo mejor es que se vaya a otros canales mucho más estáticos, al final debemos adaptarnos al canal y no a la inversa.

Vivimos en un mundo en el que todos nos consideramos proactivos, polifacéticos y capaces de hacer y crear cualquier tipo de contenido. ¿Qué consecuencias tiene esto en el mundo de las redes sociales?

La posibilidad de que la gente consiga y haga cosas nunca habría imaginado. Hace años un músico no podía lanzar un disco y darlo a conocer sin una discográfica, hoy sí; hace años un escritor o persona con inquietud de compartir conocimiento no podía publicar un libro sin una editorial, hoy sí, y ésto es lo que hace grande a estos nuevos canales de comunicación.

Hay muchas empresas que se niegan a invertir en la gestión de redes sociales y estrategias de marketing online, ¿qué le diría a esos directivos? ¿Es realmente importante adaptarse a la realidad 2.0 en la esfera actual?

Les preguntaría que por qué no, y normalmente las respuestas están basadas en desconocimiento, es decir, no invierte porque no conocen el valor real de estas nuevos canales, más allá de que hay que estar porque están todos. Lo tengo más que demostrado, después de una sesión de 3 horas con un directivo sobre los beneficios para su empresa de los nuevos canales sociales y herramientas digitales, cambian totalmente el pensamiento que tenían y ven el potencial real que en ellos hay.

En EEUU el fenómeno del Crowdsourcing es una práctica común de muchas empresas, ¿considera que en España ya se está implantando? ¿Sabemos los Españoles hacer crowdsourcing o seguimos prefiriendo el marketing corporativo?

Aquí vamos haciendo cosas pero poco a poco, relamente sigue imperando el marketing corporativo, aunque no entiendo bien el por qué, ya que las últimas estadísticas demuestran que los usuarios no creemos en la comunicación puramente corporativa y sí en la del usuario, por lo que un cambio radical de filosofía empresarial es necesario si queremos adaptarnos a los nuevos tiempos.

El desarrollo de las Apps ha sido como una carrera de Formula 1, cada vez hay más Apps y hasta existen webs que te ofrecen la posibilidad de crear la de tu negocio sin necesidad de tener nociones de programación, ¿qué opina de este fenómeno y que Apps no faltan en sus dispositivos portátiles?

Creo que es un fenómeno en fase de asentamiento, porque realmente ¿Cuántas apps de empresas usas? Te darás cuenta que casi ninguna o sólo aquellas que te ofrecen un valor real, por lo que la empresa antes de lanzar una App debe plantearse qué valor aportará con ella al mercado y sus usuarios, si no pasará como pasa con el 90% de las apps, que mueren.

Blog, Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn... ¿Deben las empresas estar presentes en todas ellas?

No, deben estar sólo presentes en aquellas que pueden manejar de manera excelente en cuanto a recursos de los que disponen, meterte en más de lo que puedes abarcar conllevará el efecto contrario.

Instagram se ha puesto literalmente de moda, la evolución de esta red social ha sido todo un fenómeno, ¿qué opinión le merece? ¿Se considera un 'instagrammer'?

Me parece una gran red social, de la que soy usuario desde hace tiempo, y una de las bases de su crecimiento es en su facilidad de uso y que es muy visual, ya que lo visual cada vez crece más, por lo que desde las empresas debemos crear estrategias de contenidos visuales asociadas a nuestra marca.

Para terminar, en su Blog no sólo ofrece contenido escrito, sino que también encontramos podcasts y diferentes vídeos, ¿por dónde pasa el futuro de los Blogs?

Creo que por espacios multiformato, es decir, no solo debemos dar la información en texto, sino dar la opción al usuario de que pueda consumirla en el formato que más le guste, sea vídeo, audio, texto... Debemos hacer la vida fácil, sencilla y con valor a nuestros usuarios... De ahí el karma 2.0, da y luego recibirás.

Si quieres conocerle más a fondo y nutrirte de todos los contenidos que comparte **Juan Merodio** no olvides pasarte por su blog JuanMerodio.com, un espacio en el que encontrarás sus últimos artículos, vídeos, podcasts, y también toda la información relativa a sus conferencias y workshops.