

# JUAN MERODIO, EXPERTO EN MARKETING DIGITAL: "DEBEMOS OLVIDARNOS DE VENDER A LOS USUARIOS"

Por Gisela Raymond en **Social Media** 27 de Febrero de 2015, 13:23



10



1

*El blogger, speaker y fundador de Marketing Surface, asegura que las empresas deben estar más preocupadas de crear contenidos que ayuden a los consumidores.*

Las redes sociales y los sitios web son un nuevo reto para que las marcas puedan comunicarse con sus clientes. **Juan Merodio, es 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 estuvo este 24 de febrero en Guayaquil y el 26 de febrero en Quito en el workshop Identidad Digital y Reputación Online. En entrevista con Gisela Raymond despeja el camino hacia una comunicación online más efectiva

**1. Hacia dónde deben ir orientados los esfuerzos de las empresas que quieren tener presencia online: ¿desarrollar redes sociales o la web corporativa?**

Ambas son necesarias y complementarias, pero siguiendo un orden, es decir, en primer lugar está la web de empresa, es la imagen de tu empresa en Internet y tienes que cuidarla, ya que condicionará a que un usuario se haga una idea de tu negocio, por ello la web debe ser el primer paso para trabajar la identidad digital de marca, que será apoyada con los perfiles en redes sociales, que actúan como herramientas viralizadoras de contenidos y como canales de comunicación directa con los usuarios.

**2.- ¿Cómo lograr una presencia más activa? ¿La diferencia la hace el presupuesto qué se invierte?**

La diferencia la hace la creatividad, el presupuesto importa pero menos. Por ello debes lo primero planificar muy bien tu estrategia, qué quieres conseguir, cómo lo vas a hacer, con qué recursos cuentas y qué línea de comunicación vas a tener, y con ello ir probando acciones y midiendo resultados y todo de una manera proactiva teniendo al cliente en el centro de tu estrategia.



**3.- La penetración de los dispositivos inteligentes habla de la importancia de la descarga y uso de aplicaciones. ¿Qué tan importante es que una empresa cree sus propias aplicaciones?**

Dependerá del tipo de empresa y de su estrategia, lo primero que te debes preguntar es qué vas a ofrecer a tus clientes con la aplicación, si eres capaz de dar un valor añadido real, adelante. Para mí las apps deben ofrecer un recurso de utilidad a los clientes siendo un canal de información o ayuda relacionado con tu negocio, y siempre pensando que si decidimos lanzar una App paralelamente debemos ejecutar un plan de acción de posicionamiento de la App con una estrategia de ASO (App Store Optimization) para conseguir posicionarla en los markets de descargas y generar mayor volumen cualificado

**4.- La relación con la comunidad: ¿Cómo llamar la atención y no ser intrusivo con la marca?**

Aportando valor y no vendiendo, debemos olvidarnos de intentar vender a los usuarios, lo que debemos hacer es crear contenidos que ayuden a nuestros usuarios en diferentes canales: imagen, texto, video, podcast, infografías... Y con ello conseguiremos llamar la atención, mejorar la relación con la comunidad e integrarlos en nuestra estrategia de marca

**5.- ¿Qué opina de los mailings como herramienta para enviar información?**

Las acciones de email marketing son muy efectivas, siempre y cuando enviemos a bases de datos segmentadas y cualificadas. Es importante cómo está diseñado el email, que esté adaptado a celulares y usar una herramienta de envío profesional que favorezca que llegue a la mayor parte de los usuarios el mensaje y que te ofrezca estadísticas para analizar y valorar el funcionamiento de la acción