



## Hablando de Content Marketing: Entrevista Exclusiva a Juan Merodio

Content-Marketing

REDACCIÓN  
octubre 22, 2013

Como parte de nuestra tarea de dar a conocer los beneficios de la creación de contenidos originales como parte de las campañas de Marketing Digital de las marcas y empresas, nos propusimos conocer la opinión que los **referentes del Online Marketing en español** tienen para contarnos.



Nuestro primer entrevistado es Juan Merodio, uno de los más renombrados expertos en Marketing Digital y Redes Sociales de España. Incansable emprendedor y fundador de Marketing Surfers, una agencia de marketing 2.0 que trabaja con importantes clientes. Además, forma parte de InvierteME y Emprende Finance, una red de emprendedores y una organización que ayuda a este sector a conseguir financiación para sus proyectos. Su trayectoria exitosa lo ha llevado a obtener numerosos premios y es autor de seis libros de Marketing Digital aplicado a empresas y publica en revistas y sitios web especializados. A continuación, transcribimos la entrevista:

## **¿Cuáles son los beneficios del Content Marketing con respecto a otras acciones de marketing?**

El content marketing ayuda a dar credibilidad a la marca y a empatizar con el usuario, ya que es una vía para conectar de una manera totalmente distinta a la publicidad tradicional. Numerosos estudios han corroborado la rentabilidad del content marketing en el largo plazo, ya que ayuda a posicionar tu marca lo que repercute en desarrollo del negocio.

## **En tu experiencia, ¿cuál es el principal factor en el que deben hacer hincapié las marcas a la hora de crear una estrategia de Content Marketing?**

Lo primero es pensar en cómo pueden aportar valor al cliente sin venderle nada. A partir de ahí crear una estrategia de contenidos basada en el transmedia, teniendo en cuenta diferentes canales como vídeos, imágenes o podcast, pero siempre con el foco en ayudar a su potencial cliente.

## **Ante la necesidad de generar seguidores y fortalecer el vínculo con ellos: ¿qué consejos tienes para los marketineros al momento de medir el ROI de una campaña de Content Marketing?**

El ROI se mide a largo plazo ya que para asentar los contenidos de una marca se requiere tiempo. Y en este ROI mediría lo cualitativo y lo cuantitativo, pero entre otras cosas podrás ver cómo te ayuda a generar más visitas a tu web o tienda online, lo que repercute directamente en tus ventas.

## **Se habla mucho de Content Marketing como el futuro de las marcas. ¿Tienes alguna reflexión que quieras compartir con nuestros lectores sobre el camino a seguir?**

Se habla de futuro pero creo que es presente, ya que tenemos que ponernos a trabajar desde ya. El mejor camino a seguir es definir con claridad qué vamos a hacer y cómo, con qué recursos contamos. Algo muy importante es la constancia, ya que muchas veces dado el carácter a largo plazo que tiene no tenemos la paciencia suficiente para esperar a ver los resultados, por lo que tener “fe” en nuestro buen trabajo debe ser algo a tener en cuenta.

Agradecemos a Juan Merodio por dedicarnos su tiempo y sus conocimientos. Pueden seguirlo a través de estos canales:

[Sitio web oficial de Juan Merodio](#)

[Juan Merodio en Twitter](#)

[Canal de videos de Juan Merodio](#)



Autor:

Redacción ([26 Posts](#))