



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](#))