

SOCIEDAD

«No hay que tener miedo al error, sino probar y aprender del nuevo entorno»

01.02.14 - 23:59 - ÁLVARO G. POLAVIEJA | SANTANDER.

Juan Merodio ha impartido numerosas conferencias. ::
YOUTUBE

- Es uno de los ponentes destacados del Santander Social Weekend 2014
- **Juan Merodio** Experto en redes sociales y marketing digital

Cuando, hace ahora apenas una década, se escuchaba hablar por primera vez de las redes sociales y de los nuevos canales digitales en España, Juan Merodio ya era un experto en la materia. Diez años después, se ha convertido en uno de los mayores referentes del campo de los Social Media y del marketing digital en nuestro país.

-Uno de los principales cambios que ha traído la revolución digital son las redes sociales. ¿Cómo están transformando las relaciones y la comunicación en ámbitos como el social, el económico o el político?:

-Pues la verdad es que vivimos un proceso irreversible que afecta a todo, está cambiando la comunicación global, pero realmente es una evolución; gracias a las nuevas tecnologías y herramientas la comunicación se democratiza y la información es más accesible en todos los ámbitos. Las nuevas plataformas permiten una comunicación más directa, lo que se traduce en términos de mejora de la productividad, crecimiento de los ingresos de un negocio y reducción de costes. Si nos fijamos en política, por ejemplo, aunque el sector está en proceso de cambio ya se pueden apreciar cambios importantes en la manera de comunicar.

-El avance de lo digital en la sociedad ha supuesto para las empresas la necesidad de adaptarse al nuevo escenario. ¿Cómo están respondiendo en España ante esta nueva circunstancia? Como experto en marketing digital, ¿crees que están sabiendo adaptarse? ¿Cuáles son las claves que deben tener en cuenta para realizar esta compleja transición de la forma más efectiva y natural posible?

- Creo que de momento se está respondiendo más lentamente de lo que deberíamos, ya que sacar partido de ello no sólo depende de la adaptación sino de la velocidad a la que se produce esa adaptación. Además, para afrontar el proceso con garantías se necesita contar con especialistas que asesoren a la empresa a aprovechar al máximo estos recursos y herramientas. En general, las claves para el cambio es pensar en social, evitar jerarquías y, sobre todo, hacer todo en torno al cliente, pensando siempre en que ellos son la máxima de la empresa, pero no sólo en el papel, sino en el día a día de la empresa.

-SEO, SEM, 'engagement', seguidores, alcance... La nueva realidad digital trae consigo una nueva mentalidad, nuevas actitudes, nuevos conceptos. ¿Cuál es la clave de la revolución digital? ¿Existe en ese sentido una brecha cognitiva sobre el mundo digital? ¿Qué consejos darías a quienes tienen dificultades para absorber tanto cambio?

-La clave está en desaprender para volver a aprender. Creo que es cuestión de "cambiar el chip" y darnos cuenta que lo que fue no es, y lo que es no será. Es cierto que en ocasiones a todos nos cuesta afrontar el cambio porque supone salir de nuestra cómoda zona de confort, pero yo siempre recomiendo mirar adelante y probar cosas nuevas, quitarte el miedo al error y convertirte en un gran observador y aprender mucho de lo que te rodea. Creo que esa es precisamente la clave para evolucionar y crecer.

- Las redes sociales se han convertido en el caso de muchas empresas en uno de los principales canales de atención al cliente. ¿Cuáles son las nuevas claves de las relaciones entre las empresas y sus consumidores en este nuevo escenario? ¿Qué pueden ofrecer ahora las empresas a su público, y éste a sus empresas de referencia gracias a las redes?

-Las redes sociales son un gran canal de comunicación y, por lo tanto, de atención al cliente. Para mí personalmente Twitter es excelente para este tipo de acciones, que ofrecen al cliente un canal cómodo y rápido para un primer contacto, aunque posteriormente se pueda desviar la conversación a otros canales como el email o el teléfono.

La clave para ofrecer un buen servicio de atención al cliente por redes sociales es la rapidez en la respuesta, ya que de lo contrario se transmite una mala imagen y sensación al usuario.

- Los contenidos son una de las grandes claves en las redes sociales. ¿Qué tipos de contenidos triunfan más? ¿Por qué? ¿Cómo deben ser o qué tienen que tener para tener éxito y llegar a ser virales?

-Los contenidos son la base del éxito de gran parte de las estrategias de Social Media, y de hecho el futuro posicionamiento de las empresas online dependerá de ellos. La generación de contenido puede y debe ser en diferentes canales, podemos generar contenido en texto en un blog, contenido visual en fotos con redes como Instagram o Pinterest, contenido en vídeo a través de YouTube, contenido en audio en formato 'podcast'.
