

Entrevista a Juan Merodio, experto en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 3.0

26 de mayo de 2016 - Entrevista | [Marketing](#), [Relación Cliente](#), [Social](#)



“ Se debe dar al cliente todas las opciones posibles, creo que los webchat funcionan bien, las redes sociales pero también un teléfono ”

Juan Merodio

Blogger, Speaker & International Advisor en Marketing, Innovación, Management y Transformación Digital

Juan Merodio es uno de los principales expertos en España y Latinoamérica en Marketing Digital, Redes Sociales y Web 3.0. Es blogger en JuanMerodio.com, Speaker & International Advisor en Marketing, Innovación, Management y Transformación Digital. Además es colaborador asiduo en distintos medios de comunicación como el programa Emprende de Canal 24 Horas de TVE o con la CNN (Atlanta) para Latinoamérica.

¿Qué piensas de la idea de añadir chatbots en el customer experience?

Siempre y cuando sea para mejorar la experiencia de usuario creo que es positivo. De hecho creo que los bots bien usados son más que interesantes para empresas y usuarios, aunque como siempre aparecerán malos usos.

Tienes experiencia en la transformación digital, ¿cuál es el reto más importante al que las marcas deben enfrentarse cuando digitalizan su estrategia de marketing?

Integrar procesos, en la mayoría de los casos nos encontramos con empresas fragmentadas en procesos no solo de marketing sino con otros departamentos relevantes en el buen desarrollo de la empresa, lo que lleva en muchos casos tener que rehacer procedimientos trasnversales en la compañía.

En términos de atención al cliente online, ¿cuál es, en tu opinión, la mejor herramienta para interactuar con clientes? ¿Por qué?

Creo que es un mix, de hecho se debe dar al cliente todas las opciones posibles, creo que los webchat funcionan bien, las redes sociales pero también un teléfono, ya que hay mucha gente que prefiere hablar por este canal. Todo dependerá del tipo de usuario al que te dirijas.

Para ti, ¿cuál es la red social más eficaz para que las marcas interactuen con sus clientes? ¿Por qué?

Cada red social ofrece algo distinto, pero si tuviera que elegir una sería Facebook por términos de penetración de mercado que es la más grande, pero con esto no quiero decir que no haya otras que pueden aportar otras cosas.

En tu opinión, ¿cuáles son las tendencias de Marketing en 2016?

Creo que el Bot Marketing, la aplicación de la data a procesos de marketing y el contenido adaptativo. Son tendencias que se empiezan a valorar pero llevará tiempo el verlas implementadas de manera masiva.

¿Cómo ves el futuro del Marketing?

Divertido y dinámico, creo que el futuro del marketing para por una detallada integración de canales, y la integración del marketing en su amplio concepto de manera transversal en los procesos y gestiones empresariales.

Para finalizar, ¿puedes contarnos tu peor y tu mejor experiencia cuando te has puesto en relación con una marca online?

La mejor experiencia hace 3 meses me la dio UBER, la relato [en este post](#).

Y la peor hay muchas y cuesta escoger, pero creo que una de ellas fue con una operadora de telefonía en España donde me dieron una oferta sin fecha cerrada, a las 24 horas fui a recogerla y la persona me dijo que el pack de la oferta que era 1€ ahora eran 300€, y que no era su problema, además del fallo en la trazabilidad del cliente en mi caso las formas del empleado fueron terribles, llegando incluso a amenazarme de demanda si le mencionaba en Twitter hacia la compañía donde trabajaba por su mala atención. Por suerte una persona conocida trabaja en esa compañía e intercedió para que en menos de 6 horas se solucionase el problema. Lo que más me molestó es la mala experiencia al cliente y la mala educación.