

2

Entrevista

Juan Merodio, experto en marketing digital y redes sociales

4

¿Qué hay de nuevo?

Publicar en tiempos revueltos
En la FIL de Guadalajara

6

Perfiles

La consultora comercial

Juan Merodio

Juan Merodio



J

uan Merodio, nacido en 1980, es uno de los principales expertos en España en marketing digital y redes sociales. Ponente habitual en congresos de reconocido prestigio internacional así como profesor de las mejores escuelas de negocio y universidades, desde pequeño soñaba con ser ingeniero en telecomunicaciones, carrera que estudió pero que por enredos del destino acabó ejerciendo desde otro lado no menos apasionante: el del desarrollo de aplicaciones interactivas y el marketing on-line.

Merodio, autodidacta incansable, además de contar con un máster en Dirección Comercial y Marketing por el IDE-CESEM, es un emprendedor nato. Y a la prueba nos remitimos: no solo es fundador del Grupo Ellas, empresa enfocada a la creación de webs dedicadas a la mujer en distintos ámbitos (turismo, coches, formación, actualidad, belleza y moda, empleo) sino también socio-fundador de Marketing Surfers, la Agencia de Marketing 2.0. Además es socio y director de Marketing de InvierteME, la red de emprendedores e inversores y fundador de Emprende Finance, donde ayudan a emprendedores a conseguir financiación para sus proyectos.

Por esta importante trayectoria profesional en Internet ha recibido varios premios entre los que destacan Mejor Idea del Año 2006 de Actualidad Económica, Jóvenes Emprendedores Sociales de la Universidad Europea de Madrid, Social Media 2013, galardón que otorga OndaCRO al mayor *influencer* en España y Mejor Ponente 2013 Social Media de #seothebeach. Recientemente ha sido nominado a los premios Knowsquare 2013 al mejor autor de libros de empresa.

Juan Merodio tiene otra gran pasión: escribir. Ya ha publicado seis libros de marketing 2.0 aplicado a empresas y colabora asiduamente en revistas y webs especializadas en marketing on-line así como en su blog www.juanmerodio.com. Su última obra *Trabaja con red* con LID Editorial (www.trabajaconred.com) es un práctico manual que explica cómo encontrar o cambiar de trabajo a través de las redes sociales. Además, tiene presencia activa en redes sociales como Facebook, Google+ o Twitter.

?

Juan Merodio

Es autor de varios libros sobre marketing 2.0 aplicado a la empresa y blogger con presencia muy activa en redes



Foto 1
Su última obra: *Trabaja con red*



Foto 2
Juan Merodio en un evento como conferenciante



Foto 3
Es líder de opinión en marketing 2.0

E

mpecemos por los comienzos, ¿cuáles fueron sus primeros pasos en el universo on-line?

Fueron en el año 2000 en la universidad, de manera autodidacta me empezó a llamar la atención todo lo relacionado con Internet y poco a poco fui indagando cómo funcionaba el entorno, pero no fue hasta 2005 cuando decidí montar mi primer negocio, una web de coches para la mujer, www.EllasConducen.com.

-¿Cómo se convirtió el marketing 2.0 en el eje de su vida profesional?

Básicamente porque era algo donde disfrutaba trabajando, y creo que es muy importante disfrutar con lo que haces, esa fue la principal razón por la que me dedico a esto, y por supuesto tengo la suerte de poder hacerlo.

-¿Cómo y de qué fuentes se alimenta su propia formación?

Hice un master en el 2002 en Dirección Comercial y Marketing en una escuela de negocios de Madrid que me ayudó a tener una visión global, y a partir de ahí ya de manera autodidacta fui aprendiendo a base de leer muchos libros, ir a conferencias y eventos...

-¿Cómo se construye y se mantiene una marca personal como la de Juan Merodio?

Con paciencia y trabajo constante, creo que esto es la base para construir una marca personal, hacer las cosas pensando en ayudar a los demás y no tener prisa en ello.

-¿Considera que cualquier empresa, independientemente de su tamaño, puede beneficiarse de la presencia en redes sociales?

Sí, de hecho encuentro especial interés para las pequeñas y medianas empresas, ya que las redes sociales les permiten con poca inversión llegar exactamente a su público objetivo.

-¿Cuál es en su opinión la estrategia de contenidos que debe definir una empresa para fidelizar a sus seguidores en redes sociales?

Creo que debe apostar por una estrategia mixta, basada tanto en la generación de contenido en texto como en elementos visuales ya sean fotos o vídeos, y siempre pensando en crear contenidos que aporten valor a sus potenciales clientes y no que vendan sus productos.

-¿Cuáles diría que son las herramientas de marketing 2.0 del futuro?

Difícil saberlo, pero creo que serán herramientas sociales ligadas al móvil, un dispositivo que día a día crece en su uso y se está convirtiendo en el eje central de muchas estrategias de marketing.

-En relación al e-commerce, impulsado por iniciativas institucionales como los programas desarrollados por Red.es, de forma general ¿qué se está haciendo bien y qué errores están cometiendo las empresas?

En muchos casos se percibe falta de información de los productos, por lo que debemos trabajar más la ficha de cada producto y sobre todo ofrecer una experiencia de compra positiva, es decir, al igual que cuando entras en una tienda física alguien te atiende, ¿por qué no hacerlo en una tienda on-line? Hoy en día contamos con herramientas que nos permiten interactuar a tiempo real con el cliente en nuestra tienda on-line.

-En su blog (www.juanmerodio.com) tiene una sección con videocursos sobre redes sociales, marketing, posicionamiento, SEO, etc. ¿cuál es el perfil de usuario de esta formación?

Es muy diverso, desde estudiantes de marketing a empresarios que quieren mejorar el posicionamiento y la rentabilidad de las acciones de su empresa en Internet. Recientemente he mejorado esta sección y he creado una tienda on-line específica que pueden visitar en <http://tienda.juanmerodio.com>.

-Ha publicado varios libros sobre marketing, ¿cómo definiría su experiencia como autor?

Para mí enriquecedora, porque al escribir me surgen nuevas ideas y continúo aprendiendo, por lo que es algo que me gusta mucho y sin lugar a dudas seguiré haciéndolo.

“Una marca personal se construye con paciencia y trabajo constante”

Principales redes sociales de recomendación literaria

Lecturalia

<http://www.lecturalia.com/>

Red social dedicada a la difusión y promoción de la cultura a través de la recomendación literaria. Lecturalia también es un centro de información que reseña las últimas novedades literarias y difunde eventos, presentaciones y premios. Destacamos su blog, un espacio en el que presentan artículos divulgativos sobre el mundo de los libros.

Librofilia

<http://www.librofilia.com/>

Red social de recomendación literaria en la que los usuarios descubren libros recomendados por otros miembros de la comunidad, leen críticas, gestionan sus lecturas y conocen nuevos títulos recomendados por sus amigos.

Redelibros

<http://redelibros.es/social/>

Red social centrada en el mundo del libro en gallego, que reúne a escritores, editores, libreros, bibliotecarios y lectores. Este proyecto cultural de difusión tanto del libro electrónico como del libro en papel agrupa blogs personales y profesionales, grupos de opinión, páginas de librerías, autores y editoriales, agendas de eventos, etc. Redelibros se creó con el objetivo de potenciar el libro y la lectura, crear un canal que permita poner en contacto a escritores, libreros, editores y demás agentes del mundo del libro con los lectores. Además, ofrece la posibilidad de comprar on-line, un servicio que no estaba previsto en el proyecto inicial, pero que surgió de forma natural a medida que comenzaron la edición de libros. En este sentido, sus creadores destacan como gran ventaja de esta red social que cada usuario puede crear, de forma muy sencilla y en pocos pasos, su propia tienda en Redelibros.

Blog Megusta leer

<http://blogmegustaleer.com/>

Blog literario donde los usuarios pueden subir reseñas de libros. En esta web, que cuenta con una gran cantidad de usuarios en redes sociales (más de 30 000 en Twitter y más de 7100 en Facebook) las editoriales también pueden registrarse y tener acceso a publicar sus noticias, novedades, sinopsis, *booktrailers*, biografías de autores, entrevistas, etc. Las editoriales y autores también pueden enviar al administrador de MeGusta Leer sus libros para que este los reseñe.

Ediciona

<http://www.ediciona.com/>

Web profesional del mundo de la edición, en la que además de establecer contactos profesionales, se difunden noticias sobre publicaciones, podemos acceder a información del sector, obtener recomendaciones y seleccionar talentos. Ediciona es además un portal para profesionales y empresas del mundo editorial, entendidos como “los sujetos que participan de forma activa en el proceso de creación, producción, distribución, promoción y venta de libros y prensa”.

Entrelectores

<http://www.entrelectores.com/>

Red social de recomendación de libros, en la que los usuarios registrados comparten e intercambian sus autores y libros favoritos, y obtienen recomendaciones para futuras lecturas. Los lectores, tras crearse su perfil en la página, pueden escribir reseñas de los libros y opiniones a las reseñas ya publicadas, además de relacionarse con otros lectores con intereses literarios afines.

Qué libro leo

<http://www.queelibroleo.com/>

Red social de intercambio de gustos y opiniones literarias. Los lectores crean y aportan contenido a su web, además de puntuar y realizar una crítica de libros. Con casi 80 000 seguidores en Facebook y 30 000 en Twitter, es una de las comunidades literarias en español más activas.

Mylibreto

<http://mylibreto.com/>

Mylibreto se presenta como una plataforma de marketing para la promoción y venta de libros orientada a editoriales, librerías y autores. Es un proyecto impulsado por la empresa Noergia, que se puso en marcha al darse cuenta sus creadores que “el verdadero problema del libro no es la falta de lectores o la piratería, sino que el libro nunca aparece en Internet cuando se le necesita, es decir, no aparece en buscadores y apenas se muestra fuera de círculos especializados”. Mylibreto pretende solucionar esta carencia a través de la figura del libreto, una ficha reproducible que representa a un libro y que pretende aprehender su estructura semántica y presentársela a lectores y buscadores.



MeGusta Leer
Un blog literario donde tú eres el autor



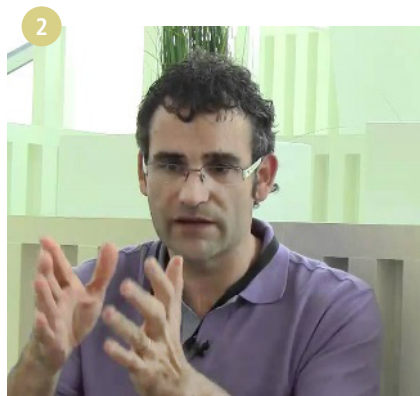
Foto 4

Las principales redes sociales de recomendación literaria

¿Qué hay de nuevo?

EN IDEASPROPIAS EDITORIAL

01 Muy pronto estará disponible la segunda edición de *Técnicas de apoyo psicológico y social en situaciones de crisis* (1), un título de la colección de Sanidad de Ideaspropias Editorial obra del autor Manuel Armayones Ruiz (2). Los contenidos de este libro son transversales a dos certificados de profesionalidad (3): Atención sanitaria inicial a múltiples víctimas y catástrofes y Transporte sanitario.



El autor
Manuel Armayones Ruiz

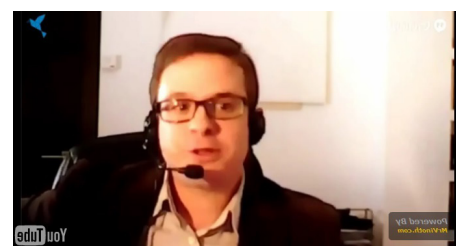


Transversal
Contenidos comunes a dos C. P.

EN LAS REDES SOCIALES

02 “Publicar en tiempos revueltos” es el título del encuentro profesional protagonizado por la directora de Producción de Ideaspropias Editorial, Pilar Pena del Río, en eProform TV el pasado jueves 28 de noviembre. La entrevista corrió a cargo de Fernando Valenzuela (4), director de eProform. La videocharla, que contó con gran éxito y participación de público, se centró en cómo se enfrenta una empresa del sector editorial al revuelto entorno de crisis económica que estamos viviendo. Pilar Pena del Río (5) explicó los orígenes de la editorial, en qué contexto surgió y qué diferencia a Ideaspropias de otras empresas del sector, detalló la situación actual de la editorial y explicó los planes de internacionalización y los nuevos proyectos en los que están trabajando así como las perspectivas de crecimiento en el marco actual. Pero además, se refirió a las ventajas del uso de las nuevas tecnologías en el sector editorial, a la firme apuesta de Ideaspropias por la digitalización de contenidos y por el desarrollo del e-learning e invitó a los espectadores interesados a enviar sus propuestas de edición, indicándoles los canales para hacerlo.

Novedad editorial
Un título de la colección de Sanidad de Ideaspropias



eProform TV
Fernando Valenzuela

Pilar Pena del Río
Directora de producción de Ideaspropias Editorial



5

03 Desde el 30 de noviembre estamos en la Feria Internacional del Libro (FIL) de Guadalajara (6), evento en el que los títulos de Ideaspropias Editorial tienen una importante presencia, ya que están presentes en la sección de México, en el stand de Limusa (Noriega Editores) (7), y en la sección internacional en los stands de la Asociación Galega de Editores (AGE) y Más libros así como en el Salón de Novedades de la Feria. Ideaspropias ya ha recogido los primeros frutos de la participación en la FIL 2013, con la firma de un nuevo acuerdo con Noriega Editores, que se materializará en la coedición de dos destacados títulos de nuestro catálogo: *Elaboración y exposición de comidas en el bar y cafetería*, de la laureada y reconocida autora Almudena Villegas Becerril; y *Gestión del bar y cafetería*, del experto Jordi Rosell Salvó.



Limusa
Colaborador de
Ideaspropias Editorial

EN EL SECTOR DE LA FORMACIÓN

04 A través del Servicio Público de Empleo (SEPE) hemos sabido que el sector de la hostelería (8) es el que más empleo crea en España, a pesar de la precariedad. Según los datos del SEPE, del total de puestos de trabajo creados en el mes de septiembre, un 36 % fueron camareros, la profesión en la que se ha firmado un mayor número de contratos de trabajo, con un total de 159 573.

Por detrás se encuentran los operarios de las industrias manufactureras, con más de un 17 % del total de los empleos creados y 72 780 contratos nuevos; los ayudantes de cocina, con un 5,24 %; y los monitores de actividades recreativas y de entretenimiento, con un 5,20 %.

Sin embargo, los datos de los nuevos empleos creados se ven tristemente ensombrecidos por la precariedad laboral. En muchos casos, se trata de contratos por horas o a tiempo parcial.

Si tuviésemos que ver únicamente los contratos indefinidos que se han creado en estas profesiones, la tabla sería prácticamente inversa. En el caso de los monitores de tiempo libre se ha destruido empleo fijo en un 4,94 % de los casos respecto al mes anterior, mientras que los camareros han sido contratados como indefinidos solo en un 9 % de los casos respecto al mes de agosto.

En cuanto a los peones industriales, los contratos indefinidos se registró un incremento de un 5,98 % mientras que entre el personal de transporte de mercancías y descargadores se dejaron de crear un 1,23 % de contratos indefinidos en relación al mes anterior.

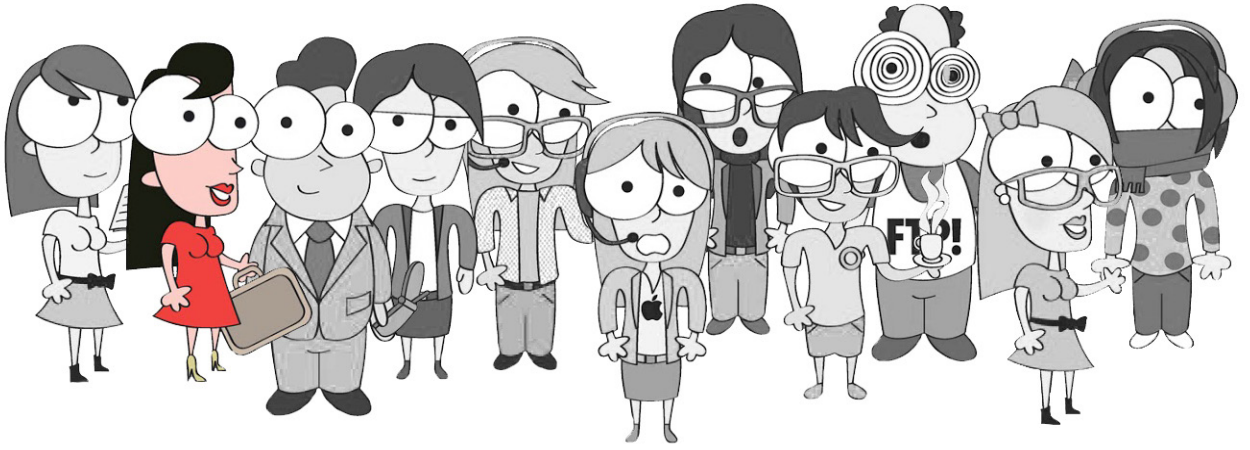


Stand AGE
Libros de Ideaspropias



Hostelería
El sector que más empleo
creó en septiembre

Perfiles



2 Susana Canedo Martínez

Consultora comercial

¡Hola! Soy Susana Canedo, consultora comercial de Ideaspropias Editorial (consultor, del latín *consultus* que significa "asesoramiento"), ¡para eso estoy! para asesorar a nuestros colaboradores sobre los productos y servicios que tenemos disponibles. Soy Ideaspropias en el cliente y el cliente en Ideaspropias. Si tienes alguna duda sobre nuestros manuales, modalidad e-learning o alguna otra propuesta de colaboración... ¡aquí estoy!

Redes



Puedes encontrarnos en
www.ideaspropiaseditorial.com
missideaspropias.blogspot.com.es



*
 "Allí donde se queman los
 libros, se acaba por quemar
 a los hombres"

LaFRASE
 de la semana

*Heinrich Heine

Düsseldorf, Alemania, 1797

París, Francia, 1856

Fue uno de los más destacados poetas y
 ensayistas alemanes del siglo XIX