

Juan Merodio: “La avaricia limita a quien no comparte conocimiento”

📅 20/08/2014 👤 Influencity 📁 Entrevista

Tener claro que **“todos somos marcas”** y estar en disposición de ser **“esponjas sociales”** son cuestiones indispensables para estar en las **redes** y tomar conciencia como **influencers**.

Influencity se ha colado en el frenético día a día entre Colombia y España de **Juan Merodio**, **emprendedor y experto en Marketing Digital**, con **68 K de followers en Twitter**, para poner luz sobre algunas cuestiones importantes. Apuntes esenciales para el conocimiento. Comenzó su andadura profesional en este área en el año 2000, “desde el mismo momento que le vi las posibilidades que Internet le aportaba al marketing más tradicional”, afirma.

En 2005 Juan Merodio montó su primer proyecto que sigue en funcionamiento, un portal de coches para la mujer llamado **EllasConducen.com**. Se le unen otros muchos: Grupo Ellas, Marketing Surfers, MiMadreMeLoDijo, Emprende Finance, SocialVane, SocialClubbers y Engage Colombia.

Por si no fuera suficientemente inspirador, una retahíla completan el perfil de Merodio: 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.

¿Más? Sí, más: docente, conferenciante y autor de libros desde 2010.

- **Como experto en redes sociales y Marketing digital para empresas, ¿qué problemas detectas para hacerles comprender la importancia de estar en la red y crear acciones relacionadas con la interacción con influencers?**

Principalmente es la **falta de credibilidad que muchas empresas tienen todavía en estrategias digitales**, y que siguen mirando muchas de ellas como medios más convencionales, en lugar de intentar “abrir la mente” y entender el cambio de paradigma que vivimos.

En cuanto a influencers veo una **demanda creciente del interés** de las empresas por este tipo de marketing, pero siguen fijándose en los datos cuantitativos como el número de seguidores de un usuario, cuando realmente no es lo más importante.

- **¿Y qué carencias has visto a la hora de encontrar y seleccionar a los influencers relevantes para las marcas?**

Principalmente las carencias radican en los **criterios de segmentación que las marcas** usan, que muchas veces son erróneos lo que lleva a crear acciones que no dan buenos resultados ya que la base está mal construida, o no pueden medir de la manera adecuada.

- **¿Cuáles son las recomendaciones básicas y de partida cuando comienzas a asesorar a una empresa?**

Lo primero que me digan qué objetivos (en plural) concretos quieren conseguir, tanto los cuantitativos como cualitativos, y con ello analizar la situación actual de la empresa y ver la mejor manera de dar viabilidad a un plan de acción concreto, incluso en casos donde hemos visto que con lo que tenía la empresa no se podía llevar a cabo una campaña de éxito, hemos preferido decírselo tal cual para que no llevasen adelante dicha acción.

- **¿Qué características crees que debe tener un influencer para ser interesante para una marca y cómo podría potenciar su relevancia social?**

Creo que la principal característica es que realmente sea influenciador para la temática concreta, para ello las marca deben crear una mapa de influencia en torno al tema concreto y ahí detectar quiénes son esos influenciadores, incluso ir más allá y **segmentar por sexo o edad, pero todo ello teniendo claro el objetivo final de la acción.**

- **En tu tarea y trayectoria Juan Merodio es propiamente en un influencer. ¿Desde cuándo eres consciente de este hecho y cómo lo llevas, es una responsabilidad, una necesidad, un compromiso...?**

Sinceramente creo a día de **hoy todos somos influencers, por lo que deberíamos diferenciar entre macro y micro influencia**. Personalmente es algo que no pienso, yo me dedico en mi día a día a hacer lo que me gusta y a intentar hacer mi trabajo lo mejor posible y compartirlo con los demás a través de mi blog y libros, y para mí el compromiso radica en compartir esa experiencia y conocimiento para mejorar el ecosistema empresarial en el que vivimos.

- **¿Llevas tú mismo tus redes sociales? ¿Cómo es el tono que utilizas y por qué? Eres influencer y marca también, ¿cómo gestionas esa diferencia? ¿la hay?**

Sí, siempre, mis redes sociales son mías y como tal las gestiono íntegramente yo. El tono que **utilizo intento que sea sencillo de entender y cercano, unas veces lo que conseguiré y otras no**, pero el objetivo siempre apunta a ello, a conseguir que cualquier persona que necesite saber algo de marketing digital, redes sociales o negocios online pueda encontrar la ayuda que necesita, y si no la encuentra que me escriba y haré lo posible por ayudarle.

Respecto a marca e influencer como comentaba anteriormente **todos somos marcas, y de ahí la necesidad de que cualquier persona se preocupe por cuidar su marca personal** que es lo que nos acompañará el resto de nuestra vida personal y profesional.

- **¿Cómo ha influido el interés y el contacto por parte de la comunidad online en el perfeccionamiento y evolución de tu carrera y los contenidos que aportas?**

Muchísimo, es la base, **gran parte de las cosas que aprendo son de la comunidad**, de personas que me escriben y me dicen "Juan, mira esta herramienta", o que han visto algo raro y me lo comentan.

Esto es lo que mencionaba antes del ecosistema empresarial, si todos aportamos todos nos enriquecemos, **la avaricia de no compartir conocimiento es algo que limita a quien no comparte**.

- **Facilitas en tus posts siempre un audio para aquellas personas que, como tú, en ocasiones no estén en disposición de leer y no quieran perderse un contenido. Es una técnica fruto de la experiencia. ¿Qué te ha aportado este detalle con tus lectores? ¿Qué otras soluciones sencillas pueden convertir en excepcional un trabajo?**

Los podcast de mis posts es algo que llevo ya haciendo 4 años y comenzó para dar la opción a otras personas de consumir el contenido de una forma diferente, pero con el tiempo me he dado cuenta que es muy útil a mucha gente, de hecho mis últimos libros también están en audiolibro por la misma razón.

Creo que un trabajo se vuelve excepcional cuando lo haces pensando más en los demás que en ti mismo.

- **Ingeniero en Telecomunicaciones y máster en Dirección Comercial y Marketing pero, sobre todo, un autodidacta de tus pasiones convertidas en profesión. ¿Crees que siempre debe existir ese factor de entusiasmo, experimentación y capacidad de sorpresa para estar en la red y tener peso, éxito?**

Creo que **si no existe el entusiasmo y la pasión, el resto no vale nada**. Cuando algo lo haces con pasión se nota y se transmite, por lo que creo que debemos saber cuales son nuestros sueños y pasiones y convertirlos en nuestras profesiones para disfrutar realmente de lo que hacemos.

- **¿Está todo inventado en el marketing que manejas o siempre habrá algo en que innovar?**

Siempre hay algo que innovar, no creo que todo esté inventando, de hecho creo que todo se está reinventando, y eso es algo muy divertido que hace del trabajo algo dinámico y motivador.

- **¿Qué cambios has visto tú al respecto en tu trayectoria y cómo te has acoplado a ellos?**

Cambios los veos casi a diario, pero **la adaptación depende de cada uno**. En mi caso me gusta ser una **“esponja social”** y aprender de todo de todos, cuanta más gente conoces más aprendes, más abres la mente y mejor capacidad de acoplamiento y adaptación al cambio generas, ya que no consiste solo en adaptarse, sino en hacerlo a la velocidad que requiere.

- **Vives y trabajas entre España y Colombia. ¿Qué diferencias y/o similitudes de cultura empresarial, necesidades comunicativas, técnicas, herramientas... Hay?**

Actualmente como bien comentas estoy entre los dos países y está siendo una experiencia muy enriquecedora, ya que las diferencias empresariales te ayudan a ver más allá y poder aplicar en España ideas que veo en Colombia y viceversa. Me gusta decir que es más lo que nos une que lo que nos separa.

- **¿Cuál dirías que es la especial aportación de Juan Merodio, aquello en lo que has puesto tu personalidad, tu seña de identidad?**

Siempre intento poner mi granito de arena en todo lo que hago, quizá **donde más “me desnudo” profesionalmente hablando es en mi blog, libros y conferencias**, pero en todo proyecto donde me meto pongo toda mi identidad para sumar junto al resto del equipo