



**Juan Merodio**  
Blogger, Speaker &  
International Advisor in  
Marketing & Digital  
Transformation.



## El Marketing Digital exitoso depende de la profundidad, no de la anchura.

---

*Juan Merodio es uno de los principales expertos en España y Latinoamérica en Marketing Digital, Redes Sociales y Transformación Digital. Speaker habitual en congresos de reconocido prestigio internacional y profesor en las mejores escuelas de negocios, universidades y en importantes empresas. Creador del método 10 Business Factors, es asesor digital de candidatos políticos y director del Master de Big Data y Analytics en Marketing Digital. Colaborador habitual en medios de comunicación, Juan es uno de los mayores expertos en el entorno digital.*

¿Tienes 30.000 seguidores? ¿Tuiteas para vender un libro y generas 10€? ¿Por qué seguimos obsesionados con tener muchos seguidores en lugar de pocos de calidad? ¿El tamaño realmente importa para los resultados o es un asunto de puro ego personal y empresarial?

La realidad es que la base del éxito está en la profundidad, no en el ancho. O dicho de otro modo, en el micro-marketing y los micro-mercados. Lo que quiero decir es que si quieres vender algo, tienes que seleccionar un nicho estrecho e introducirte en él profundamente para conseguir resultados, en lugar de intentar llegar a mucha gente que aumentarán el número pero no la conversión a resultados. Para ello lo que debes hacer es, en primer lugar analizar profundamente y buscar la calidad de tu target sobre la cantidad. Tienes que buscar cómo llegar al núcleo de tu público objetivo para que cuando lo tengas controlado e impactado, ir ampliando el abanico. Actualmente hay infinidad de formas para hacerlo, mediante geolocalización, segmentación por datos demográficos o por intereses, acciones de programática... que nos identifican de manera clara dónde está nuestro público y a quién le puede interesar nuestro contenido

¿Tiene sentido para ti esto que comento? La respuesta normal de las empresas cuando se lo expongo es que sí, pero no sé por qué siguen "obsesionadas" en cierta manera con el número, pensando que si tienen más seguidores en sus perfiles sociales llegarán a más gente, si la información la comparten en más canales tendrán más alcance y si su gente cercana ayuda en la difusión, todavía más.

Siento ser el aguafiestas pero esto no tiene efecto cuando hablamos del uso del marketing digital y las redes sociales a nivel de negocio, ya que las propias redes están limitando drásticamente su alcance en relación a los seguidores, llegando a casos en algunas redes sociales en las que el que no paga, es tan pequeño que, la única manera de tener impacto es invirtiendo en su publicidad para tenerlo.

No caigamos en la trampa de mirar solo el número, es decir, que una publicación haya tenido un alcance de 1.200 personas no nos dice nada, ya que ¿sabes si esas personas realmente están interesadas o son potenciales clientes de tu producto? Si no es así ese número a nivel de negocio es igual a cero.

Es por ello que debes preocuparte en analizar muy bien en profundidad el mercado al que quieres impactar, definir los canales con lo que lo vas a hacer y ver cómo puedes realmente generar un impacto simultáneo en varios canales usando técnicas como el Fusion Marketing, para que el impacto sea múltiple aumentando las probabilidades de conversión a clientes.

A día de hoy te diría que te hagas las siguientes preguntas:

**¿Sabes cuántos de tus seguidores en redes sociales son clientes tuyos actuales?**

- Plantilla de tu potencial cliente

Comienza dando y buscando la respuesta a estas cuatro preguntas para poder usar realmente el marketing hacia la profundidad necesaria que tu producto necesita para ser vendido. No pierdas nunca el foco de porqué usas los medios digitales, y que todo el tiempo y recursos que inviertes deben ser realmente una inversión y no un gasto, aunque esa inversión en muchos casos se materialice en el largo plazo. Y es que si realmente quieres obtener resultado tienes que pensar siempre en términos de micro-marketing, es decir, en profundidad.