

LUNES 26 DE FEBRERO DE 2018 ?

SOCIEDAD-CULTURA?



NOVELA

El roteño Felipe Benítez Reyes firma *El novio del mundo* (Fundación José Manuel Lara), que constituye una verdadera novela de culto, enriquecida con un epílogo inédito, que se ofrece en nuevo formato 20 años después de su publicación original. El protagonista, Walter Arias, es una mezcla de filósofo surrealista y de psicoanalista antifreudiano, de romántico y de obseso sexual.

INFANTIL

Anaya se ha propuesto instruir a los más pequeños en los artistas españoles más universales. Así, la colección *Mi primer...* se adentra en grandes genios como Diego de Velázquez (en la ilustración), Miguel de Cervantes, Pablo Ruiz Picasso, Miguel Hernández, Gloria Fuertes, Federico García Lorca, Antonio Machado, Francisco de Goya, Isaac Albéniz, El Greco, Gustavo Adolfo Bécquer... Entre los ilustradores se encuentran Ximena Maier, Max Hierro y Beatriz Castro.



COMUNICADOR Apasionado por las nuevas tecnologías de la comunicación y las posibilidades comerciales que da internet, esta autor describe el potencial que supone estar al día y utilizar herramientas tan eficaces

PEDRO ROJAS

AUTOR DE
'CÓMO MONETIZAR
LAS REDES SOCIALES'

«La publicidad tradicional está en plena decadencia y sus costes son elevadísimos: o se renuevan o perecerán»

BEATRIZ RASO / MADRID

El auge de las redes sociales ya no se basa en su uso lúdico y personal. Cada vez más, los directivos responsables de pymes se cuestionan si deberían incorporar estrategias en estas plataformas que generen ingresos antes de que lo haga la competencia. Pedro Rojas ofrece su ayuda para afrontar este reto a través del libro *Cómo monetizar las redes sociales* (Lid Editorial). Una guía que ofrece al lector todo lo que debe saber para poder utilizar las redes sociales como canales generadores de crecimiento y beneficios para la empresa. Y lo hace paso a paso, desde el principio, para evitar que se comenten los errores de principiantes.

¿Sirven verdaderamente para vender las redes sociales?

En teoría sí, siempre puedes vender algo a través de alguna red social, pero, en la práctica, y sobre todo para empresas de marcas no tan conocidas, no es posible obtener resultados monetarios intentando vender de forma directa en internet; es decir, no hay rentabilidad y el ROI es por lo general, negativo.

¿Qué es monetizar la red social?

Atraer al cliente en lugar de ir a buscarlo, en generar menos coste, más ahorro, saber cómo posicionar los productos y servicios de la empresa en Google, en darles visibilidad, aumentar tráfico hacia los sitios de venta y saber cómo incrementar las bases de datos de posibles clientes, este proceso, que parece complejo, lo explico de forma simple y clara.

¿Cómo podemos acabar con la idea de que cualquiera puede gestionar redes sociales?

Es muy fácil, preguntando a quienes manifiestan saber manejarlas, cuáles son los objetivos de negocio que se han planteado, cómo pretenden alcanzarlos de forma que generen beneficios y cómo van a demostrar que sus acciones serán rentables.

En su opinión, ¿qué es preferible: crear un departamento propio de

community management o contratar los servicios de una agencia?

Depende de cada empresa, algunas tienen más o menos tiempo para gestionarlo internamente, otras empresas pueden permitirse contratar a un auténtico profesional.

¿Todas las empresas deben ser activas en internet?

Más bien yo diría que todas las empresas deberían estar presentes en las redes que más les convienen según sus audiencias de posibles clientes, lo de la actividad es relativo.

¿Cuáles son los principales errores?

Colocar a un aficionado a gestionar las redes sociales, empezar sin objetivos de negocio y no saber identificar a quién nos vamos a dirigir.

En redes sociales, ¿qué importa más: ¿la calidad o la cantidad?

Por supuesto, la calidad, está comprobado que la cantidad no genera nada positivo si no posee calidad.

¿Qué herramientas considera imprescindibles?

Excel y un diccionario, y decimos esto porque no sería responsable afirmar que existe alguna que sea imprescindible, debido a que cada empresa, producto, servicio, tipo de audiencia, presupuesto y circunstancias son distintas. En cualquier caso, sí podemos decir las que más utilizamos son EasyPromos, BrandChats, SEMrush, SocialGest y Hubspot.

¿Cómo medir el impacto?

A través de objetivos que pueden ser rastreados por las mismas plataformas sociales.

¿Qué ventajas y desventajas tiene la publicidad en redes sociales res-

pecto a la publicidad tradicional?

La publicidad tradicional está en plena decadencia y sus costes son elevadísimos, o se renuevan o perecerán. Cada vez son menos las personas que creen en los anuncios tradicionales. Las estadísticas hablan por sí solas, tanto Facebook como otras plataformas están solapando a otros medios en inversión.

Tres consejos para tener éxito.

Contrata a profesionales, un amateur solo te hará perder dinero y tiempo. En segundo lugar, analiza tu situación, a tu audiencia y define objetivos y, finalmente, mide y monitoriza desde el minuto uno.

¿No cree usted que se cansará la sociedad algún día de utilizar las redes sociales?

No, ya se ha visto que las redes sociales mutan y se hacen infinitas.

«La sociedad no se cansará nunca de las redes sociales, ya que mutan y se hacen infinitas»



RECOMENDADOS

El Ejército romano del Bajo Imperio

Autor: Southern-Dixon Edit.: Despertaferro Páginas: 320 Precio: 24,95 euros

Esta obra es la mejor síntesis disponible acerca del ejército romano en los últimos siglos del Imperio, en plena decadencia.



La Guerra de los Treinta años

Autor: Peter Wilson Edit.: Despertaferro Páginas: 608 Precio: 27,95 euros

La Guerra de los Treinta Años desgarró el corazón de Europa entre 1618 y 1648: una cuarta parte de la población alemana murió entre violencias, hambrunas y pestes.



Arthur y Sherlock

Autor: M. Sims Edit.: Alpha Decay Páginas: 384 Precio: 24,90 euros

¿Cómo se creó Sherlock Holmes? Michael Sims se convierte en un implacable detective literario para seguir de manera tenaz, y con una escritura amena y adictiva, el proceso de maduración de un personaje inmortal.

