

CLM / ENTREVISTA A ANA RAMÍREZ DE ARELLANO

«Hay que evangelizar sobre la integración de redes sociales»

R.JULIÁN / CIUDAD REAL

Día 02/12/2013

Ramírez de Arellano es en la actualidad una de las expertas en redes sociales más reconocidas a nivel nacional



JAVICECI

Ana Ramírez de Arellano es experta en redes sociales

Física de formación, Ana Ramírez de Arellano es en la actualidad una de las expertas en redes sociales más reconocidas a nivel nacional. Su amplio bagaje en marketing político le ha permitido formar parte del equipo de campaña de políticos españoles, por eso no es de extrañar que su blog personal (arellanocomunicación.com) sea un manual para aquellos que quieren dar un paso más en la comunicación política. De hecho, su blog ha sido finalista el pasado año en los prestigiosos premios Victory Awards, símbolo de excelencia e innovación en el mundo del marketing político, y este año repite

en esa carrera por estar rodeados de los mejores asesores del mundo en este ámbito.

Ella siempre cuenta que su inmersión en este mundo comenzó cuando se encontró en 2009 con pioneros y creadores de estrategias de networking y creadores en eventos 2.0. Fue un momento donde se dejó seducir por el marketing on line y se formó para orientar su carrera laboral en este sentido. Así es como llegó a crear su propio evento, #cafeytuits y otros que llegarían después, haciéndola estar en el círculo de formadores en redes sociales más solicitados del momento. Y aunque ya considera Madrid su hogar, Ana Ramírez de Arellano ha vuelto a la ciudad que la vio crecer para enseñar todo lo aprendido en un curso de formación en la Cámara de Comercio de Ciudad Real, de donde ha surgido una nueva iniciativa que ella misma lidera: «instagramers CR».

—Para cualquiera que no esté muy «puesto» en redes sociales, quizá le suene a «chino».
¿En qué consiste Instagramers CR?

—Instagramers Ciudad Real es un grupo local de personas, ubicadas en Ciudad Real y provincia, interesadas en capturar y compartir instantes de cada día a través de la fotografía móvil. Es un grupo abierto a todo el mundo y que reúne las características calificadas como SOLOMO (Social, Local, Móvil). Nos gusta lo Local, por eso hemos creado el Grupo en Ciudad Real, nos gusta lo Social, y por eso lo compartimos en redes sociales y nos gusta lo Móvil, por eso la red que hemos elegido es Instagram, la primera Red Social creada alrededor de una aplicación móvil. Instagramers Ciudad Real está integrado dentro de la Comunidad Oficial Internacional de Instagramers.

—¿Cómo surge la idea?

—La idea se me ocurrió mientras estaba preparando el temario de la 1ª Edición del Curso Superior de Community Management de la Cámara de Comercio de Ciudad Real. Al ver que no existía la Comunidad de Instagramers en Ciudad Real decidí que cuando impartiese la clase de Instagram y cómo gestionar la Comunidad en esta Red, les propondría esta idea a todos los alumnos.

—Y todos ellos se implicaron decisivamente.

—Si, la idea fue acogida con gran entusiasmo y así nació Instagramers Ciudad Real; nos pusimos en contacto con su creador Phil González a través de un sencillo tuit, y en breves minutos contábamos con su apoyo total y oficial. Hemos creado su presencia en las redes sociales más adecuadas para esta Comunidad de Instagramers Ciudad Real (Instagram, Facebook, Twitter y Youtube) y hemos lanzado como primera iniciativa para fomentar el turismo de Ciudad Real y Provincia un concurso Fotográfico en el que se puede participar hasta el 23 de diciembre bajo los hashtags #nuestrociudadreal #igersciudadreal y en el que hay compartidas fotografías de paisajes, monumentos, gastronomía, sus gentes, etc.

—¿Qué usos puede tener en un futuro?

—Dentro de la misión de Instagramers Ciudad Real se encuentra fomentar el turismo de Ciudad Real y provincia, por lo que hemos diseñado distintas estrategias encaminadas a este fin. Se pueden crear campañas efectivas de marketing digital e integrar la estrategia creada en esta red de fotografía móvil dentro de la estrategia global en Redes Sociales de las Pymes, Marcas, Instituciones de Ciudad Real y provincia para darse a conocer en nuestra región y a nivel Internacional. Los Instagramers se organizan con una misma identidad corporativa a nivel mundial y colaboramos en iniciativas globales y locales.

—¿En qué momento está Ciudad Real en cuanto a la integración de redes sociales en el ámbito empresarial?

—Ciudad Real es una ciudad en la que hace falta evangelizar sobre la importancia de integrar las redes sociales dentro de la estrategia empresarial. Mi primera toma de contacto ha sido en el curso de Community Management de la Cámara de Ciudad Real y a lo largo del curso han sido conscientes de primera mano de la importancia de gestionar su marca en redes sociales, su presencia en Google, su reputación online, cómo está posicionada su competencia e incluso elaborar un Plan de Social Media Marketing como proyecto final de Curso. En el momento en que han visto que sus objetivos empresariales y sus objetivos en redes sociales pueden ayudar a que su negocio prospere, encontrando nuevas vías de comunicación, fidelización y atención al cliente, en ese momento es cuando han considerado vital la figura del Community Manager como nuevo perfil profesional a incluir en sus empresas.

—¿Se ha inventado todo en redes sociales?

—Creo que se mejorarán las redes sociales que ya existen, se integrarán funcionalidades de unas en otras, tenemos el ejemplo de Instagram y Facebook, Pinterest y Foursquare; se implementará la realidad virtual, para disfrutar más de ocio y triunfarán las aplicaciones que nos ayuden en la productividad y en el aprovechamiento del tiempo.

—¿Llegará a explotar la burbuja en este sector?

—El boom de la aparición de nuevas redes sociales horizontales, es decir, las que se dirigen al público en general, puede que ya haya culminado, no nos imaginamos otra red social nueva que tenga el éxito de Facebook. Lo mismo pasa con los cursos de Community Management, antes había muy pocos y ahora en las grandes ciudades hay una saturación de ellos y obligará a «profesionalizar» la formación y por parte de las universidades a considerarlas entre la nueva oferta formativa oficial. En cuanto a las estrategias en redes sociales y marketing digital, falta mucho camino aún por recorrer y de momento hemos visto acciones por parte de grandes marcas, falta que las pymes, instituciones, partidos políticos, etc sepan conectar con su audiencia y sean capaces de crear vínculos virtuales.

—¿Qué cosas positivas y negativas aporta las redes sociales al contexto social, político y económico en el que nos encontramos?

—Por primera vez en la historia, todo el mundo se encuentra en un mismo sitio, las redes sociales, sin que existan barreras debidas a localización y eso sin duda es un factor muy positivo, la posibilidad que te ofrece desarrollar tu Marca Personal en Internet y que puedan valorar tu trabajo en cualquier parte del mundo y teletrabajar es algo fundamental. Lo negativo es el mal uso de las redes sociales, el intrusismo en el sector de la formación del Community Management, crear la presencia de instituciones, marcas, pymes sin estar asesorados, no saber reaccionar ante ataques de reputación y tener que cerrar sus cuentas en redes sociales. Pero las redes sociales han aparecido para quedarse, para comunicarse de una forma diferente con la gente, para compartir, para conversar y para conectar.

Finalista Victory Awards

—¿Qué supone estar seleccionada para premios tan prestigiosos como los Victory Awards?

—La culminación de un proyecto creado en el 2010, y que consistía en construir mi propia Marca Personal

en el ámbito del Marketing Político y las Redes Sociales, que me demostró que apostar por el Marketing de Contenidos con un Blog de calidad y una buena gestión de tus comunidades online te pueden llevar como finalista a los Victory Awards Estadounidenses 2013. Para el año 2014 vuelvo a estar nominada como Blog Político del año, y puede que esta vez puede traerme a España la estatuilla que ya se han llevado los consultores políticos de habla hispana con más fama a nivel internacional, además contaremos este año durante la entrega de Premios con David Plouffe, apodado como el «arquitecto» de las campañas de Barack Obama.

—¿Qué le falta a nuestros políticos para ser «social-media-mente» tan interesantes como Obama?

—Entender lo que significa de verdad estar presente en redes sociales, involucrar a la comunidad, establecer el «engagement» y no aparecer una vez cada cuatro años porque hay elecciones o enviar mensaje tribuna en una sola dirección como se ha hecho hasta ahora. Barack Obama y su gobierno entendieron que debían adaptar sus mensajes y estrategias de comunicación a las redes sociales, que no bastaba con estar, que había que aportar valor, que había que crear comunidad y vínculos virtuales personales; y eso es precisamente lo que deben entender nuestros políticos, que las formas de comunicar han cambiado, que no basta con hacer en redes sociales lo que hacían en el offline, que hay nuevos caminos para comunicarse con los ciudadanos pero tienen que hacerlo en el lenguaje de las redes sociales.

—¿Puede un candidato mediocre ser más popular con una buena campaña de marketing digital?

—Creo que hoy es más difícil que nunca engañar a los ciudadanos, existe una desafección política que ha hecho crecer la desconfianza y el distanciamiento entre la ciudadanía y sus representantes y ninguna campaña de marketing digital pueda salvar esto si no hay, de verdad, una voluntad de cambio real.



Vinos al mejor precio

Descubre las ventas privadas de BODEBOCA. 10€ de dto en tu primer pedido.

www.bodeboca.com



Ayuda a domicilio 24h.

Mayores y enfermos. Este verano, déjales en buenas manos: las nuestras.

www.geriasistencia.com



¿Soltero y mayor de 40?

Juntamos PAREJAS afines a ti, gracias a nuestro test de afinidad.

www.eDarling.es



Pagas más de 5€ de móvil?

30MIN y 300MB por sólo 4,5€/mes. Habla, navega y paga lo justo. Es la caña!

www.simyo.es

Consulta toda la [programación de TV](#)

cinema TV

Comentarios:

ABC

Copyright © ABC Periódico Electrónico S.L.U.