

12 cosas A NO HACER en el marketing

Encabezados por Eva Sanagustín, un total de 18 especialistas del sector lanzaron en línea su ebook Claves del nuevo marketing, el cual ya ha rebasado la friolera de 21,400 descargas y ha dado su salto al papel.

Entre las muchas e interesantes participaciones cuenta con la participación de Ricardo Tejedor y su capítulo: *Por tu madre no hagas nada de esto*, del cual te acercamos 12 recomendaciones de **QUE NO DEBES HACER** dentro de tu campaña de marketing:

- **No le encargues tu campaña en medios 2.0 a “la agencia”.** El marketing digital 2.0, como todo, requiere de su especialización. Busca agencias y especialistas que sepan cómo hacer campañas en este entorno.
- **No pienses que esto es una cosa solo para frikis de star wars y los juegos de rol.** Consciente o inconscientemente, casi todos los usuarios de Internet somos lectores de blogs, miembros de redes sociales o activos participantes en foros de debate.
- **Por mucho que sea gratis, no te metas en todas partes.** Las herramientas están ahí, pero has de saber cuáles te convienen y cómo y cuándo usarlas. Usa los medios adecuados para tu público objetivo, ni más ni menos.
- **No hables como si fueras otro.** Sé tú mismo. Sé cuidadoso con el lenguaje y el tono que usas en el medio online. Tu público sigue siendo el mismo, sólo cambia el canal por el que te comunicas con él.
- **No tengas miedo al diálogo.** Eso demuestra que te interesas por sus opiniones y aportará mucho más valor a vuestra relación.
- **Internet no es la gallina de los huevos de oro ni todos los vídeos son virales.** Seamos serios. ¿Qué es eso de “quiero que sea viral”? Anda claro, y que multiplique por tres las ventas. Cosas así pasan, claro que sí, pero has de ser realista y afrontar tus campañas con objetivos y expectativas realistas.
- **No mandes porquería a los bloggers.** El hecho de que todos los blogs tengan un buzón de email para que se les contacte, no quiere decir que quieren que se lo llenen de spam. Si tienes algo que creas que puede interesarles a ellos o a sus lectores, escríbeles un email personalizado, relevante y natural.
- **No juegues a “mafiosos” con los bloggers.** La mayoría ya tienen sus trabajos y su blog es una adición o una vía de escape, así que no hace falta que les hagas propuestas turbias.

- **Escondese es de cobardes.** Mentir de mala persona. Si la riegas, da explicaciones y rectifica, pero no mientas.
- **No confundas las herramientas ni metas nada con calzador.** Usa las herramientas para lo que sirven y en lo que son potentes y les sacarás el máximo partido.
- **No hay que ser augur para leer los resultados.** Uno de los puntos fuertes de las acciones digitales es que son medibles hasta extremos insospechados. Eso sí, no te quedes sólo con los datos en bruto. Ponlos en contexto, contrástalos con tus objetivos e intenta razonarlos.
- **No te quedes estancado.** Evolucionar. Prueba nuevas cosas, arriesga (con cabeza), sé crítico contigo mismo, aprende y aplica. Esa es la manera de estar en Internet. Y si no, a otra cosa.

Claves del nuevo marketing: [compra en papel \(en línea\)](#) - [descarga gratuita del ebook](#).