

Entrevistamos a

Javier  
Gosende



“Hay que intentarlo y arriesgarse, a veces, la suerte se pone de tu lado”

Es consultor y formador en Marketing Online. Especialista en buscadores, conversión web y analítica web. Trabajó en Human Level Communications como socio y responsable del departamento de marketing en internet. Es profesor de Máster y Cursos en la Escuela de Negocios Fundesem y ha escrito 6 libros sobre su experiencia profesional en Marketing Online.

**1. Siempre se ha dedicado al marketing online, ¿Sus inicios fueron fáciles?**

Los inicios no son fáciles en un área tan innovadora como el marketing online. Al principio te vuelves loco de tantas cosas que tienes que saber. Yo comencé en el año 2004. Muchas empresas no veían la necesidad de tener una web o de ejecutar un plan de marketing o una campaña de posicionamiento en buscadores. Era un poco más difícil vender estos servicios.

Ahora existe un mayor grado de madurez en el sector. Los clientes ya conocen un poco mejor lo que necesitan y es fácil convencerles. Claro, también hay más competencia ahora.

**2. ¿Cree que se necesita carisma para esta profesión?**

Para ser consultor posiblemente no tanto. Tienes que hacer bien tu trabajo y mostrarlo con resultados tangibles y medibles. Si eres formador o speaker, el carisma puede ser un elemento favorable.

**3. ¿Qué rama del marketing le gusta más?**

Dentro del marketing online, el área que más me gusta es el Posicionamiento en Buscadores (SEO). Fue la primera área en la que comencé a trabajar. Considero que es el área más científica, más técnica, donde no cualquiera lo puede hacer bien. Además, el posicionamiento en buscadores es de las áreas que tiene más impacto en los resultados globales del

cliente. Si aumentas el tráfico desde buscadores, lo más probable que aumenten las ventas.

**4. ¿Cuándo empezó a destacar y darse cuenta que valía?**

Mis primeros años en el área del marketing fueron en una agencia de Alicante. Era una agencia pequeña con clientes locales. Luego tuvimos la suerte de ganar una licitación para llevar el SEO del portal de turismo oficial de España e hicimos muy bien nuestro trabajo. Con eso llegamos a clientes de cierto tamaño y poco a poco la agencia fue cogiendo nombre y buena reputación. En ese momento nos dimos cuenta que podíamos estar en el top de empresas del sector.

**5. ¿Por qué decidió independizarse profesionalmente?**

Después de 5 años trabajando en una agencia, sentí la necesidad de montar una empresa más a mi gusto o a mis ideas. También quería dedicarle más tiempo a proyectos propios, por lo que necesitaba tener un mayor margen de independencia. Llevo 5 años con mi propia empresa y la verdad que estoy muy contento. Además de tener mucho trabajo, tengo más tiempo para dedicarle a mi familia y eso cuenta mucho para mí.

**“Hemos aumentado nuestra carga de trabajo. La crisis no nos afecta como a otros sectores”**

**6. ¿Se nota la crisis a la hora de contratar su asesoramiento personal o llaman más?**

La crisis ha obligado a muchos profesionales a montar su propio negocio. Ante la bajada de oportunidades de empleabilidad, muchos comienzan a pensar en montar sus propias empresas. Internet se está convirtiendo en la elección preferida por los emprendedores para montar un nuevo proyecto empresarial. Por ello muchos de los que trabajamos en el marketing online hemos aumentado la carga de trabajo. Se puede decir que esta crisis no nos ha perjudicado como a otros sectores.

**7. ¿Todas las empresas que ayuda consiguen el éxito?**

Todas No. El marketing online es un conjunto de tácticas y herramientas que se aplican y que pueden funcionar o no. No podemos engañar a los clientes y garantizarle que en el 100% de los casos el marketing online será rentable para sus negocios.

Hay sectores muy competidos que se tarda mucho tiempo en conseguir buenos resultados. Hay otros

casos donde el cliente tiene un servicio o un producto poco competitivo y aunque le hagas la mejor campaña de marketing online, el producto no se vende como tenían previsto.

Si te puedo decir que la mayoría de clientes con los que he trabajado, han tenido resultados positivos y han convertido internet en una fuente de ingresos continua y escalable.

**8. ¿Le gusta la docencia?**

Me gusta mucho. Disfruto compartiendo mis conocimientos y experiencias. La docencia me da grandes satisfacciones, me obliga a estar actualizado en el marketing online. Dar clases se ha convertido en mi principal fuente de obtención de clientes. Me satisface enormemente cuando un alumno mío monta un proyecto web, le va muy bien y luego me lo dice.

**9. De todos los cursos de formación que imparte, ¿Aprende con los alumnos?**

Aprendo mucho con mis alumnos. Por un lado, te hacen preguntas de cosas nuevas que no habías tenido en cuenta. Esto te obliga a investigar más para darle respuesta. Por otro lado, aprendo de los alumnos que después montan sus proyectos web y te cuentan cómo les va. Te dicen lo que hicieron bien y lo que no. La mejor forma de aprender es analizando casos de éxito y de fracaso de otros negocios.

**10. ¿Me puede decir alguna anécdota que le haya pasado con algún cliente, charla o en clase?**

Cuando comencé a trabajar en la agencia de Alicante, nos llegó una invitación por parte del Ministerio de Turismo de España para participar en una licitación para llevar el posicionamiento en buscadores del portal de [www.spain.info](http://www.spain.info). Era un proyecto súper grande para nosotros. La primera impresión fue que nos habían invitado por rellenar el proceso, que seguro que NO nos cogerían. Pero luego, lo pensamos y vimos la oportunidad, decidimos apostar por participar e hicimos una súper propuesta detallada. Invertimos muchas horas. Nos arriesgamos y salimos seleccionados para trabajar. Supimos que nuestra propuesta fue elegida por ser la más detallada y profesional. A pesar de tener menos nombre que nuestros competidores. Esa experiencia positiva se convirtió en el trampolín para muchos buenos proyectos que vinieron después.

La moraleja que nos quedó es que hay que intentarlo y arriesgarse que a veces la suerte se pone de tu lado.

**Por: Celia Castillo González**

[www.urbanmarketing.es](http://www.urbanmarketing.es)

[info@urbanmarketing.es](mailto:info@urbanmarketing.es)

966-08-96-15