

ROI UP Group lanza ROICAST, un podcast para los verdaderos amantes del marketing

[Multimedia](#)

El podcast nace como una nueva iniciativa dentro de The ROlyalty Program 2.0, el programa de fidelización e innovación que la agencia internacional ha creado para incentivar la salud corporativa en el ecosistema Martech actual. ROICAST, ya disponible en todas las plataformas de escucha, contará con charlas, entrevistas y debates, en clave cercana y distendida, y no perderá de vista el tono humano que caracteriza a The ROlyalty Program 2.0

[ROI UP Group](#), agencia digital independiente y referente de MarTech, estrena su propio podcast: ROICAST. El programa es una de las novedades con las que la compañía internacional ha querido adentrarse en el universo del podcasting. Así, la empresa adopta como suyo este formato que experimentó su auge en 2020 durante el confinamiento (según un estudio de Spotify, las escuchas de programas de audio bajo demanda en España se dispararon un 38% en abril de 2020, especialmente entre menores de 35 años).

Conversaciones sobre Marketing y ‘mucho más’

ROICAST forma parte de The ROlyalty Program 2.0, el programa de fidelización e innovación que la agencia ha creado con el objetivo de retener y atraer el talento, primando la cercanía para con el empleado. Ya en abril de este mismo año, The ROlyalty Program 2.0 impulsó la incursión de la compañía en el [universo](#) NFT a través de una serie de homenajes a su talento interno, así como mediante un ‘paquete de bienvenida’ para sus nuevos empleados. Es ahora, meses después, cuando ROI UP Group presenta la segunda fase del programa.

El primer episodio de ROICAST, ya disponible en todas las plataformas de escucha, ha estado dedicado íntegramente a la revolucionaria red social Tik Tok, cuyo título no deja lugar a dudas: ¿Cómo triunfar en Tik Tok? (La app ha superado a Instagram y WhatsApp según la plataforma de análisis Sensor Tower, con 4.000 millones de descargas). Durante algo más de 40 minutos, y capitaneado por dos comunicadores del equipo de Social Media y PR de la agencia, el primer espacio cuenta con un invitado estrella, el TikToker musical [diodeperfect](#).

Pero no solo sobre Marketing versa ROICAST. El espacio también promete varios programas donde casi cualquier tendencia de índole social es bienvenida, pues, entre otros objetivos, el propósito de The ROlyalty Program 2.0 es que toda inquietud social, mínimamente relacionada con el ámbito comunicativo o digital, pueda verse reflejada en el podcast.

The ROIyalty Program 2.0: un proyecto de todos y para todos

Por tanto, ROICAST es un lugar abierto y plural que, no solo pretende trasladar la novedad a plató, sino potenciar y visibilizar el talento que ya existe en plantilla. Al mismo tiempo, el espacio intenta dar voz a los proyectos, tareas o departamentos, a priori menos visibles, pero igualmente constructivos al mundo digital. En palabras de Lucía Helguera, Social Media director de la agencia, "lo realmente interesante del día a día de una agencia 360º es poder palpar, ver y, sobre todo, escuchar, lo que supone contar con profesionales de la comunicación tan versátiles y con talentos tan diferentes entre sí. Por ello, queremos contar con todas las voces posibles; desde TikTokers a expertos en Metaverso, pasando por especialistas en SEO o Marketing Automation. También queremos acercarnos a otros perfiles anónimos que tengan una historia que contar y convertirla en contenido que pueda aportarnos como agencia y como personas".

La compañía pretende reflejar la cohesión y colaboración que define a sus departamentos en este nuevo formato: "En ROI UP Group los diferentes departamentos están diversificados y deslocalizados, pero cooperan estrechamente los unos con los otros en estrategias ad hoc para clientes. Ofrecer esta perspectiva transversal a través de ROICAST es muy estimulante como agencia y supone todo un desafío", señala Diego Jiménez, CEO de ROI UP Group.

ROICAST: la magia de la radio, la frescura de las redes sociales

Además de estar enfocado a potenciar el talento interno de la compañía (los dos conductores del programa son comunicadores dentro de ROI UP Group), ROICAST pretende demostrar la frescura y originalidad que este formato aporta a las estrategias a medio y largo plazo para clientes del entorno B2B y B2C. Plasmar la frescura y originalidad del formato podcast en estrategias a medio y a largo plazo para diferentes clientes del entorno B2B y B2C.

"Recuperar la magia de la radio con un formato mucho más viral y desenfadado como es el podcast es un desafío que tenemos muchas ganas de asumir desde el departamento de Social Media. Las empresas ya conocen la importancia de estos espacios en términos de visibilidad de sus valores y misión. Por eso queremos seguir explorando todo el potencial que presenta", agrega Vicente Sánchez, Head de Social Media de la compañía.

La inmersión en el universo NFT, el traslado de la nueva oficina al corazón financiero de Madrid, o la inauguración de un nuevo brazo de negocio en Cataluña, se unen a este primer podcast en el 'paquete' de iniciativas que la agencia seguirá inaugurando en este nuevo curso. Además, coincidiendo con la presentación de ROICAST (y con el contenido del primer episodio), ROI UP Group presenta también [su propio canal en Tik Tok](#). Son novedades que están viendo la luz bajo el paraguas de The ROIyalty Program 2.0 con el afán de permanente evolución y aprendizaje dentro de la compañía.
