



Los nuevos influyentes

/

Guillin, Paul

LID,
2009

Monografía

Blogs, podcats, o vídeos virales son sólo algunos de los nuevos canales mediáticos que han aparecido en el panorama de internet y han propiciado la aparición de nuevos centros de influencia en forma de comunidades sin normas, estructuras de gobierno, estándares o jerarquías. En estos espacios se puede decir o hacer lo que se quiera y publicarlo en todo el mundo. Nadie lo puede parar, al menos por ahora. Personas que antes no disponían de herramientas para expresarse pueden ahora influir. Los profesionales de la comunicación no tienen más remedio que entender, aceptar y participar en este nuevo mundo, dado que las técnicas que han utilizado durante los últimos 50 años para llegar a sus clientes están perdiendo eficacia por momentos. Los canales convencionales de internet están en las últimas porque el correo basura y el uso excesivo de las listas de correo lastran las acciones de promoción que se realizan mediante estos sistemas. Los medios sociales ofrecen a los expertos una oportunidad para romper con este punto muerto y conseguir la implicación de sus clientes de una forma completamente nueva

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:28443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbGVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTY0OTc2NTQ>

Título: Los nuevos influyentes Paul Guillin

Edición: 1a ed

Editorial: Madrid LID 2009

Descripción física: 301 p.

Mención de serie: Acción empresarial

ISBN: 978-84-8356037-2

Materia: Marketing en Internet Web 2.0

Punto acceso adicional serie-Título: Acción empresarial (LID Editorial Empresarial)

Baratz Innovación Documental

- Gran Vía, 59 28013 Madrid
- (+34) 91 456 03 60
- informa@baratz.es

