



## Marketing en redes sociales

[

Maciá, Fernando,

dir

Santoja, María,

dir

Anaya Multimedia,

2017

Monografía

Las redes sociales se han instalado en nuestras vidas y como usuarios las hemos integrado en nuestra cotidianeidad. Sin embargo desde el punto de vista de la empresa todavía queda mucho camino por recorrer. La presencia online de la empresa pasa de estar centralizada en un único site para construirse a partir de la interacción entre el sitio corporativo y los perfiles de la empresa en distintas redes sociales: YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter... El uso estratégico de las redes sociales permitirá a las pequeñas y medianas empresas mejorar su atención al cliente, controlar lo que se dice sobre ellas y transmitir los valores diferenciales de su negocio respecto a la competencia. Este libro enseña cómo ejecutar un exitoso plan de marketing en redes sociales. Muestra en detalle el funcionamiento de las redes sociales más importantes, sus funcionalidades más populares y cómo se debe enfocar su participación en las mismas. Además, el libro recomienda las principales herramientas de publicación, monitorización y analítica para un óptimo desarrollo y evaluación de una estrategia Social Media

Las redes sociales se han instalado en nuestras vidas y como usuarios las hemos integrado en nuestra cotidianeidad. Sin embargo desde el punto de vista de la empresa todavía queda mucho camino por recorrer. La presencia online de la empresa pasa de estar centralizada en un único site para construirse a partir de la interacción entre el sitio corporativo y los perfiles de la empresa en distintas redes sociales: YouTube, LinkedIn, Facebook, Twitter... El uso estratégico de las redes sociales permitirá a las pequeñas y medianas empresas mejorar su atención al cliente, controlar lo que se dice sobre ellas y transmitir los valores diferenciales de su negocio respecto a la competencia. Este libro enseña cómo ejecutar un exitoso plan de marketing en redes sociales. Muestra en detalle el funcionamiento de las redes sociales más importantes, sus funcionalidades más populares y cómo se debe enfocar su participación en las mismas. Además, el libro recomienda las principales herramientas de publicación, monitorización y analítica para un óptimo desarrollo y evaluación de una estrategia Social Media

<https://rebiunoda.pro.baratznet.cloud:38443/OpacDiscovery/public/catalog/detail/b2FpOmNlbgVicmF0aW9uOmVzLmJhcmF0ei5yZW4vMTk1ODIyODY>

**Título:** Marketing en redes sociales [Recurso electrónico] Human Level Communications, dirigido por Fernando Maciá y María Santoja

**Editorial:** Madrid Anaya Multimedia 2017

**Mención de serie:** Social Media

**ISBN:** 9788441539013

**Materia:** Marketing en Internet Libros electrónicos Redes sociales en Internet Libros electrónicos

**Autores:** Maciá, Fernando, dir Santoja, María, dir

**Entidades:** Human Level Communications

---

### **Baratz Innovación Documental**

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