



B2S. Business to Social. Marketing digital para empresas y personas

Varios autores

SC Libro

256 páginas

1.ª edición

Mayo 2015

ISBN: 978-84-941801-8-7

17,90 €

Hace tiempo me pidieron colaborar en un libro. Después de darle vueltas, decidí que sería una buena idea, teniendo en cuenta las necesidades actuales. A raíz de esto, junto a un grupo de profesionales en el marketing digital, desarrollamos el libro *Business to Social. Marketing digital para empresas y personas*, un manual completamente detallado en el que se intentan explicar los fundamentos y muchos de los aspectos más importantes del marketing digital.

Se trata de un libro de marketing digital que, a pesar de estar orientado a empresas y profesionales, es perfectamente asimilable por prácticamente cualquier persona que tenga interés por el tema. En el libro se han plasmado seis diferentes perspectivas que convergen en un mismo punto y que aportan una gran cantidad de información relacionada con el marketing digital, los canales de comercialización, la creación de estrategias, la forma en la que el SEO afecta el desarrollo de los proyectos, etc.

Como se indica al inicio, este es un libro de marketing digital en el que se aborda el proceso de comercialización desde diferentes puntos de vista. Los lectores pueden encontrar información relacionada con el potencial que ofrecen las redes sociales, los blogs y los microblogs como canales de marketing; la forma correcta en la que se debe trabajar con el *emailing* y las bases de datos, así como la optimización de páginas web en los motores de búsqueda. También se abordan temas relacionados con el marketing de atracción de contenidos, así como las diferentes funciones que debe realizar un *community manager*.

En el libro también se expone en detalle el tema de la reputación *online*, no solo la forma en la que afecta a un negocio, sino también las diferentes formas en las que se puede mejorar. Además, se ofrece información que tiene que ver con el uso de las diferentes herramientas de monitorización, así como la gestión de crisis *online*.

Básicamente, este es un libro en el que se abordan todos los aspectos más relevantes del marketing digital, por lo que se puede tomar como una guía completa para quienes acaban de iniciar su andadura en proyectos de negocio en internet y requieren todos los conocimientos básicos para poder solventar todas las adversidades que presenta un campo tan complicado como el comercio electrónico.

Es también una excelente forma para que las empresas y el usuario común entiendan que mantenerse al margen de la era digital, las plataformas sociales y el desarrollo tecnológico es privarse de una gran cantidad de beneficios que no únicamente se limitan a lo económico, sino también a la creación de confianza y el fortalecimiento de las relaciones con los clientes, así como la expansión a nuevos mercados.

Además, es un libro de SEO y marketing con un contenido estructurado, de tal manera que cualquier persona con cualquier nivel de conocimiento puede asimilarlo fácilmente; incluso, hay ejercicios prácticos que permiten una comprensión más precisa de los temas. Sin duda, un libro muy completo en todos los sentidos, creado por profesionales del marketing y dirigido a todos los interesados en aprender más sobre este tema.

Simplemente, quiero reconocer que ha sido una bonita experiencia poder compartir mis conocimientos de posicionamiento en buscadores y además agradecer haber podido colaborar con grandes profesionales como Roberto Arancibia, Pablo Adán, Alexis López, José Luis Ramírez, Álvaro Valladares y Jesús P. López.

Rafa Sospedra

Consultor marketing online