

COMUNICACIÓN  
CON ESTRATEGIA

**COMUNIZA**



# LIBRO DIGITAL

## ESTRATEGIAS EN LOS SOCIAL MEDIA

8 DE JUNIO DE 2012

JAVIER VELILLA

OPEN

Javier Velilla  
@javiervelilla



javier velilla



## Búsqueda

Aproximadamente 4.900.000 resultados (0,22 segundos)

### Todo

Imágenes

Maps

Videos

Noticias

Shopping

Más

### Barcelona

Cambiar ubicación

### La Web

Páginas en español

Páginas de España

Páginas extranjeras  
traducidas

### Todos los resultados

Sitios con imágenes

Búsquedas relacionadas

Más herramientas

### [Javier Velilla | Comunicación](#)

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

Consultor de comunicación corporativa y planner de Barcelona.

### [Impresiones, el blog de Javier Velilla | Comunicación](#)

[www.javiervelilla.es/wordpress/](http://www.javiervelilla.es/wordpress/)

12 Ene 2012 – Consultor de comunicación corporativa y planner de Barcelona.

### [J. Javier Velilla](#)

[www.javiervelilla.com/](http://www.javiervelilla.com/)

J. **Javier Velilla** Aguilar. Hay narraciones secretas e íntimas en la pintura de **Javier Velilla**. Sus cuadros están habitados por el eco de la búsqueda de algún ...

### [Javier Velilla - España | LinkedIn](#)

[es.linkedin.com/in/javiervelilla](https://es.linkedin.com/in/javiervelilla)

Barcelona Area, Spain - Socio Director y Consultor en Comuniza

Ver el perfil profesional de **Javier Velilla** (España) en LinkedIn. LinkedIn es la red de negocios más grande del mundo que ayuda a profesionales como Javier ...

### [javiervelilla \(@javiervelilla\) on Twitter](#)

[twitter.com/javiervelilla](https://twitter.com/javiervelilla)

Sign up for Twitter to follow **javiervelilla** (@javiervelilla). Consultor de comunicación y branding en @comuniza. Docente universitario. Escuchar, leer, analizar ...

### [Javier Velilla | Comuniza | comunicación con estrategia](#)

[www.comuniza.com/javier-velilla/](http://www.comuniza.com/javier-velilla/)

**Javier Velilla**. Fundador de la consultora de comunicación estratégica Comuniza. Soy consultor de comunicación corporativa y planner con experiencia en la ...

T I C . C E R Ø

# Branding

Tendencias y retos  
en la comunicación de marca

Javier Velilla

 EDITORIAL UOC

LOAD

# ÍNDICE

1. Calentando motores: sobre la digitalización
2. Sintaxis digital
3. El papel de las redes sociales
4. Conclusiones

01

CALENTANDO MOTORES:  
SOBRE LA DIGITALIZACIÓN

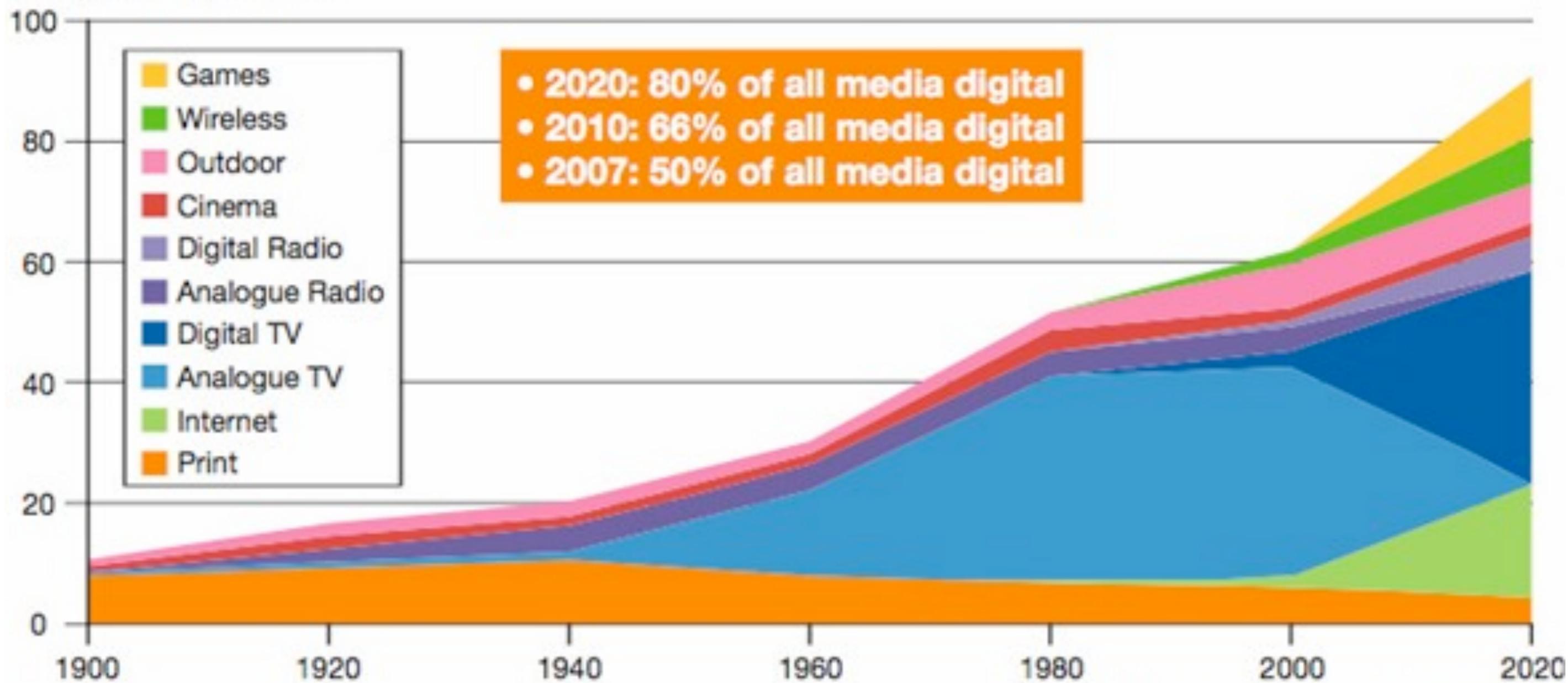
Vivimos conectados



Bajo los adoquines no hay arena de playa... hay código

## Global Media Consumption per Week

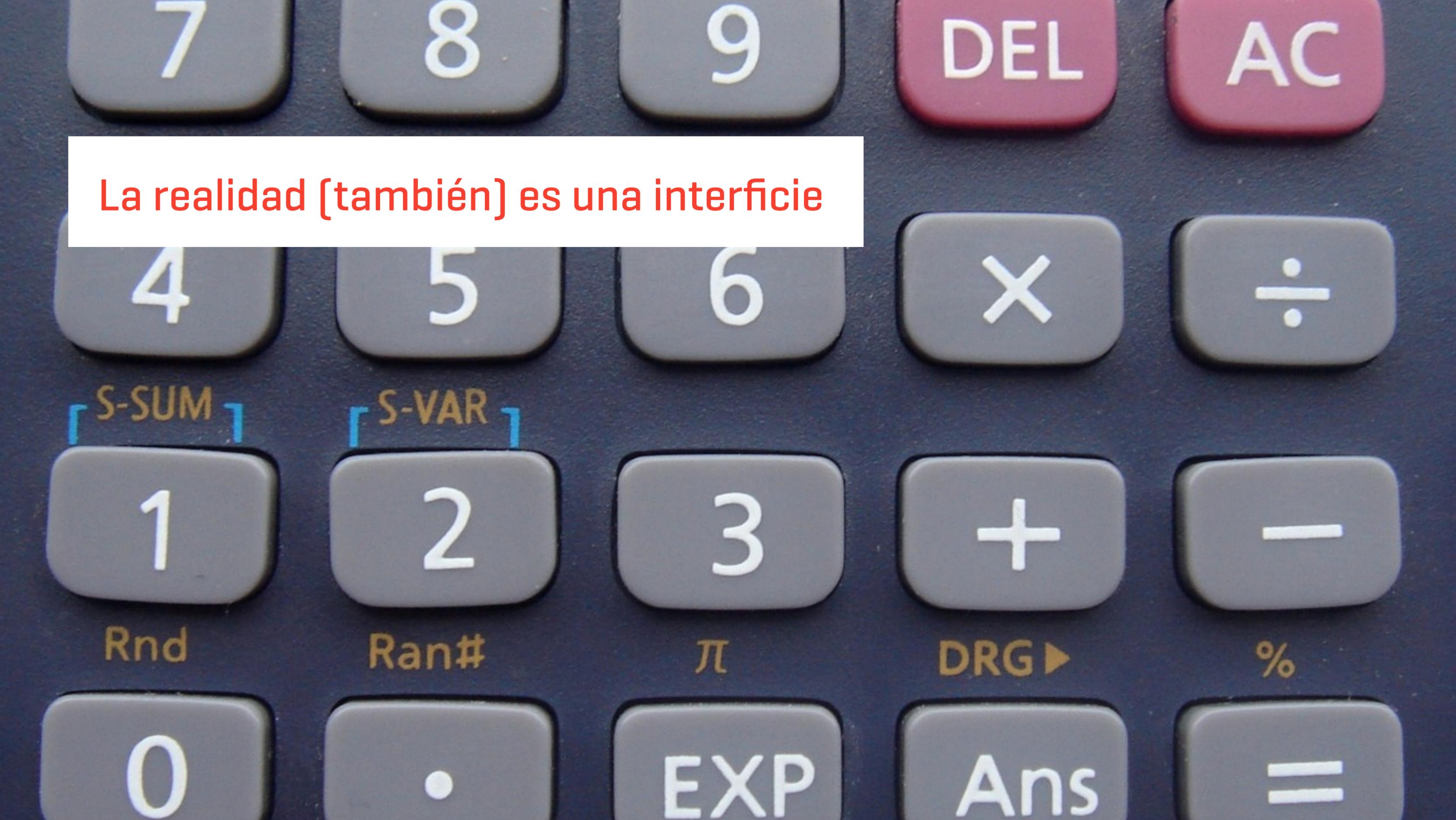
Average hours per week



Source: Carat

© World Association of Newspapers 2007-2008

La realidad [también] es una interficie



## The Swabian

He was slow in learning how to talk. "My parents were so worried," he later recalled, "that they consulted a doctor." Even after he had begun using words, sometime after the age of 2, he developed a quirk that prompted the family maid to dub him "der Depperte," the dopey one, and others in his family to label him as "almost backwards." Whenever he had something to say, he would try it out on himself, whispering it softly until it sounded good enough to pronounce aloud. "Every sentence he uttered," his worshipful younger sister recalled, "no matter how routine, he repeated to himself softly, moving his lips." It was all very worrying, she said. "He had such difficulty with language that those around him feared he would never learn."<sup>1</sup>

His slow development was combined with a cheeky rebelliousness toward authority, which led

PREV  
PAGENEXT  
PAGE

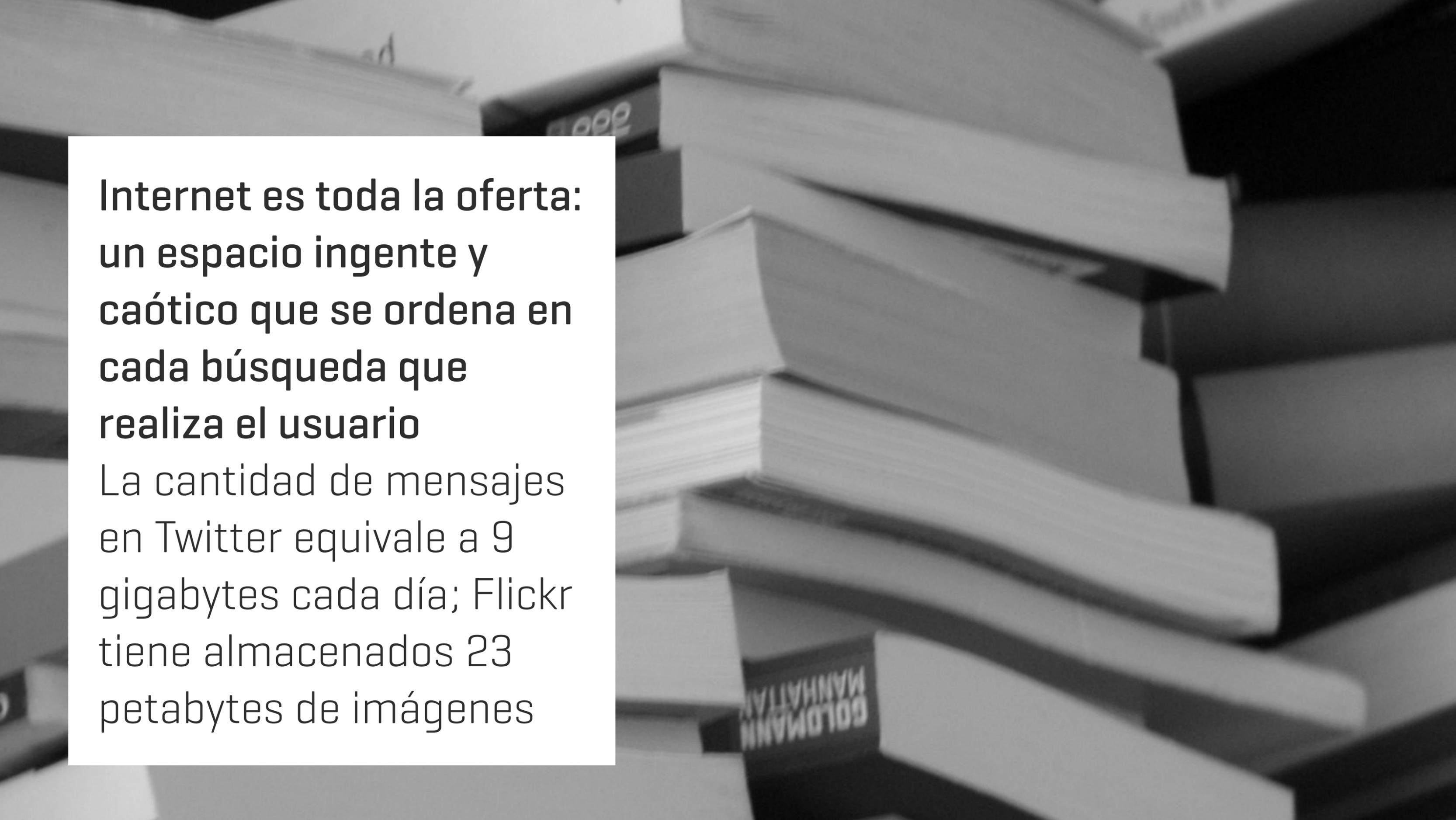
HOME

NEXT  
PAGE

MENU

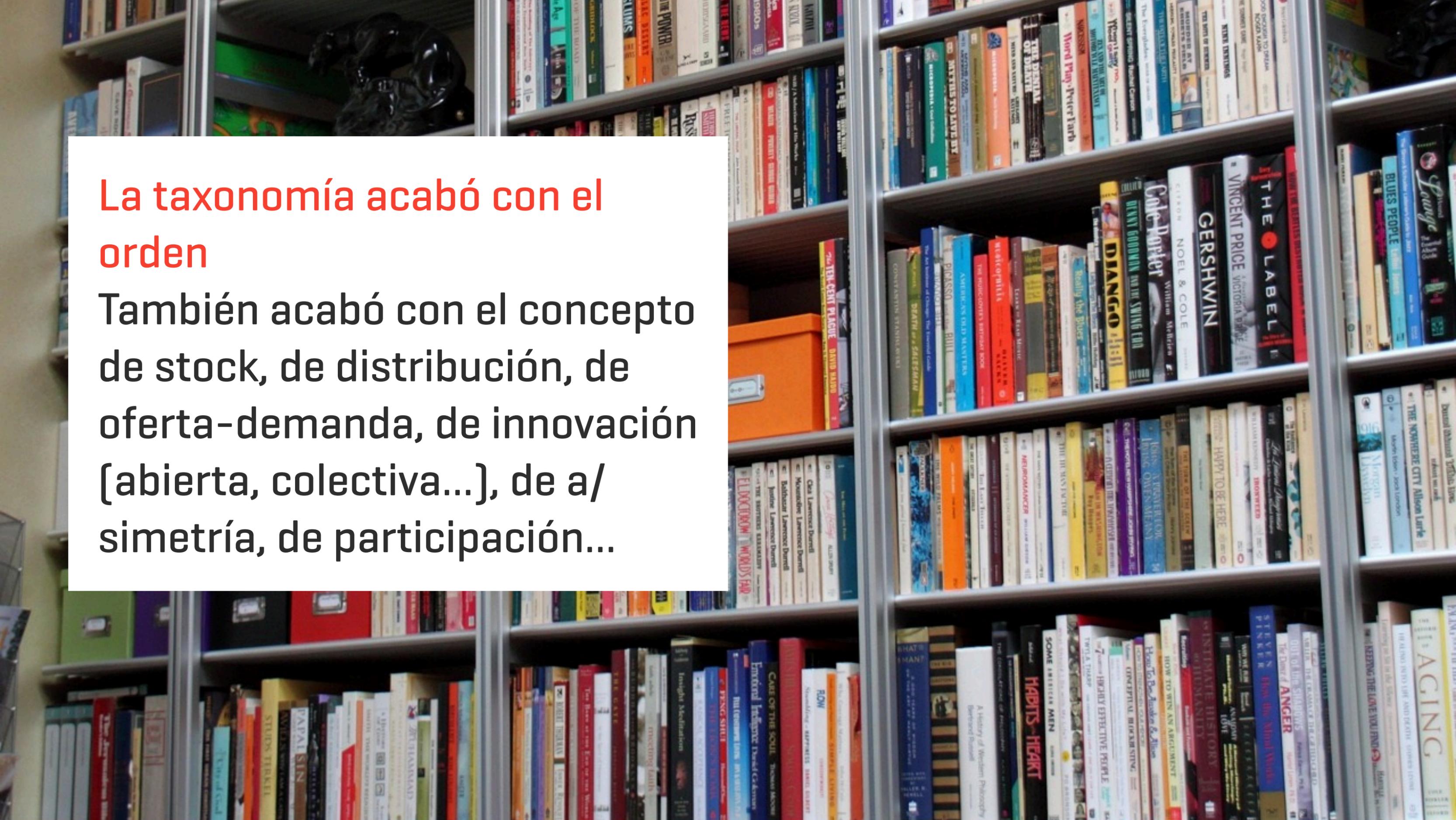
BACK



A stack of books is shown in a grayscale, slightly blurred perspective. The books are stacked in a way that creates a sense of depth and volume. A white rectangular text box is positioned on the left side of the image, containing text in a bold, sans-serif font. The text discusses the vastness of internet data compared to physical storage like books.

**Internet es toda la oferta:  
un espacio ingente y  
caótico que se ordena en  
cada búsqueda que  
realiza el usuario**

La cantidad de mensajes  
en Twitter equivale a 9  
gigabytes cada día; Flickr  
tiene almacenados 23  
petabytes de imágenes



## La taxonomía acabó con el orden

También acabó con el concepto de stock, de distribución, de oferta-demanda, de innovación (abierta, colectiva...), de a/simetría, de participación...

El número de dispositivos móviles con acceso Internet por usuario medio en España es de 2,2 aparatos.

Empresa de estudios de mercado GfK



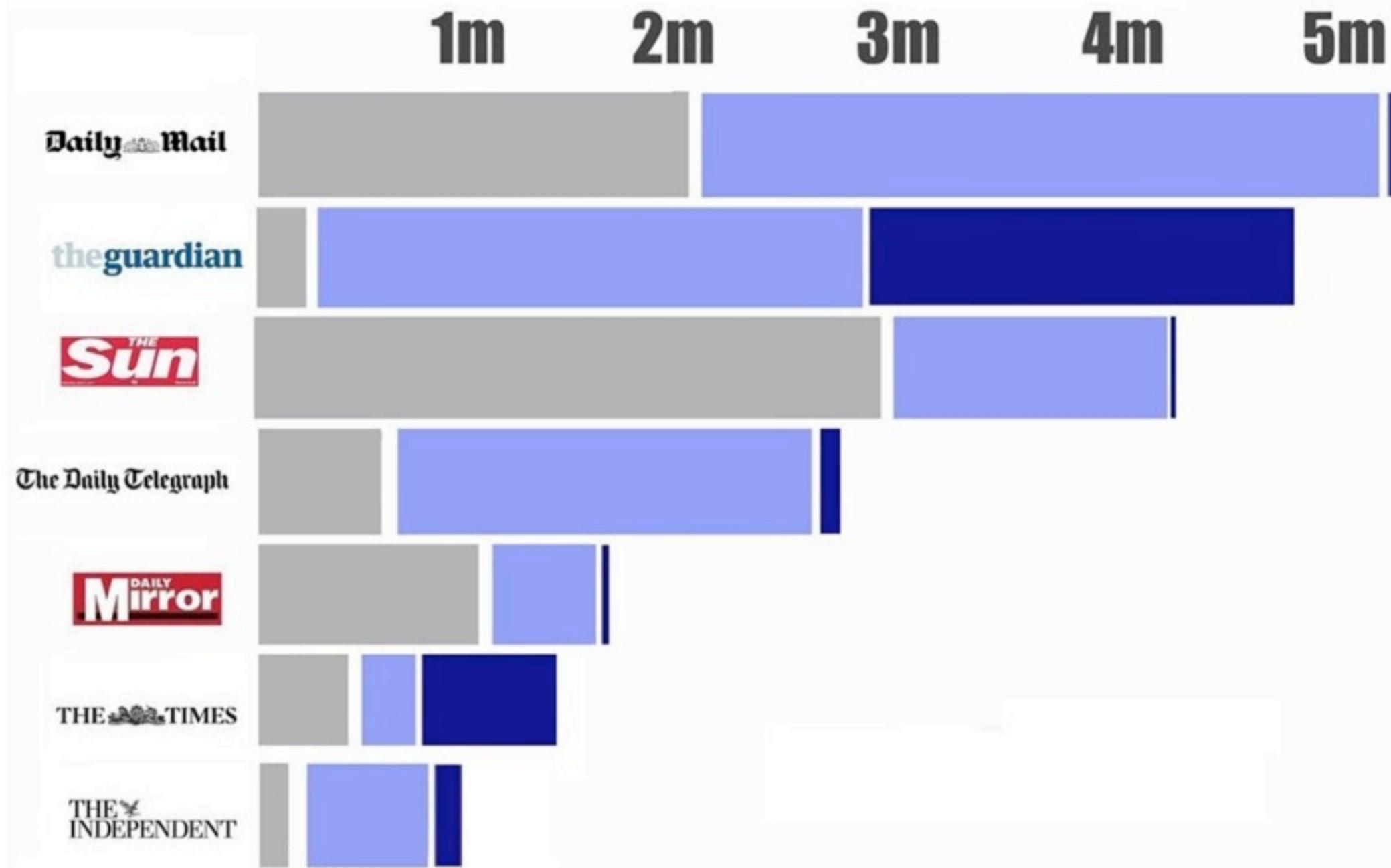
La complejidad del ecosistema es la tendencia:

**Los internautas españoles utilizan 2,2 dispositivos para acceder a Internet. La mitad de usuarios recomienda el portátil (57%), el ordenador de sobremesa (54%) y el Netbook (54%), por delante de los Tablets (49%) y Smartphones (39%). Sólo un 34% de los usuarios emplean un único terminal para conectarse a la red.**

Datos del estudio 'Tecnosistema de Conexión a Internet', realizado por la División de Estudios de Telecomunicaciones e IT de GfK



# AUDIENCE: PRINT+WEB+SOCIAL



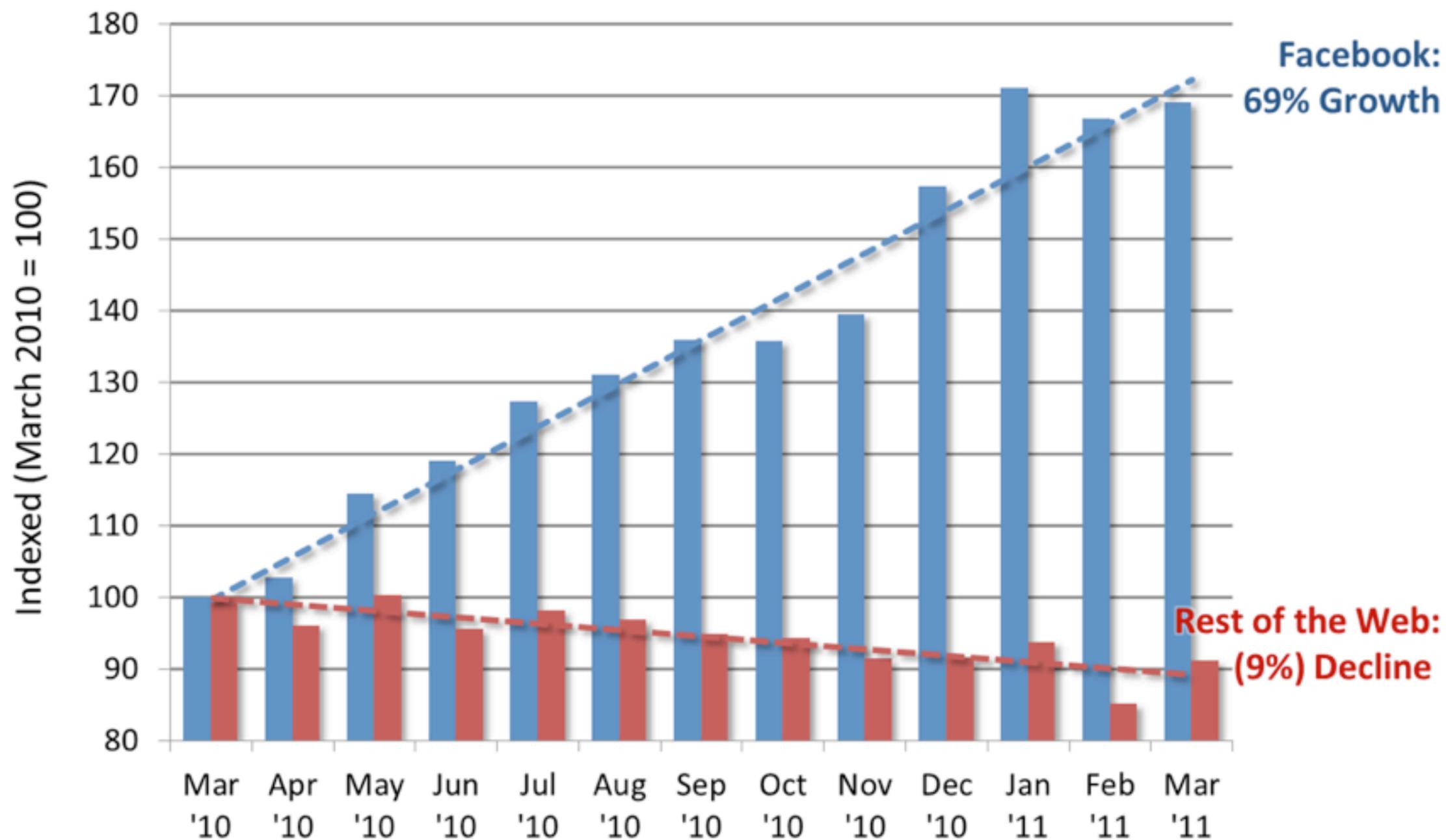
Based on ABC figures

Star, Express & FT are not included due to lack of available data / Times figures based on paywall news reports

**Social # includes Facebook fans & followers of all named publication Twitter feeds**

# Why Media Companies Must Embrace Facebook

## Consumption in Total Minutes of U.S. Web Use (Indexed)



Source: Ben Elowitz, Wetpaint / comScore

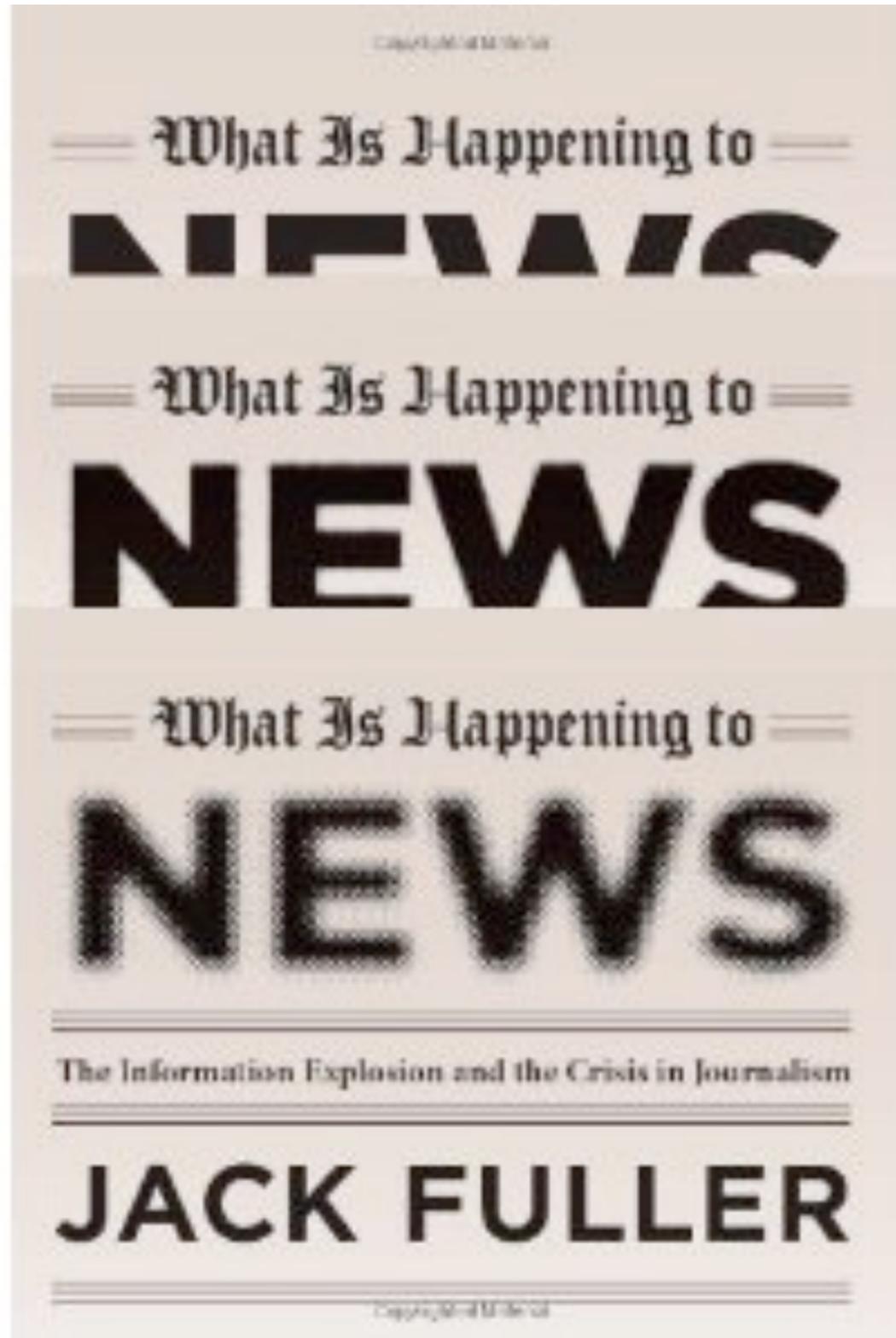


¿Alguien tiene un móvil  
sin cámara de fotos?

¿Y sin alarma?

¿Alguno no es una  
navaja suiza digital?

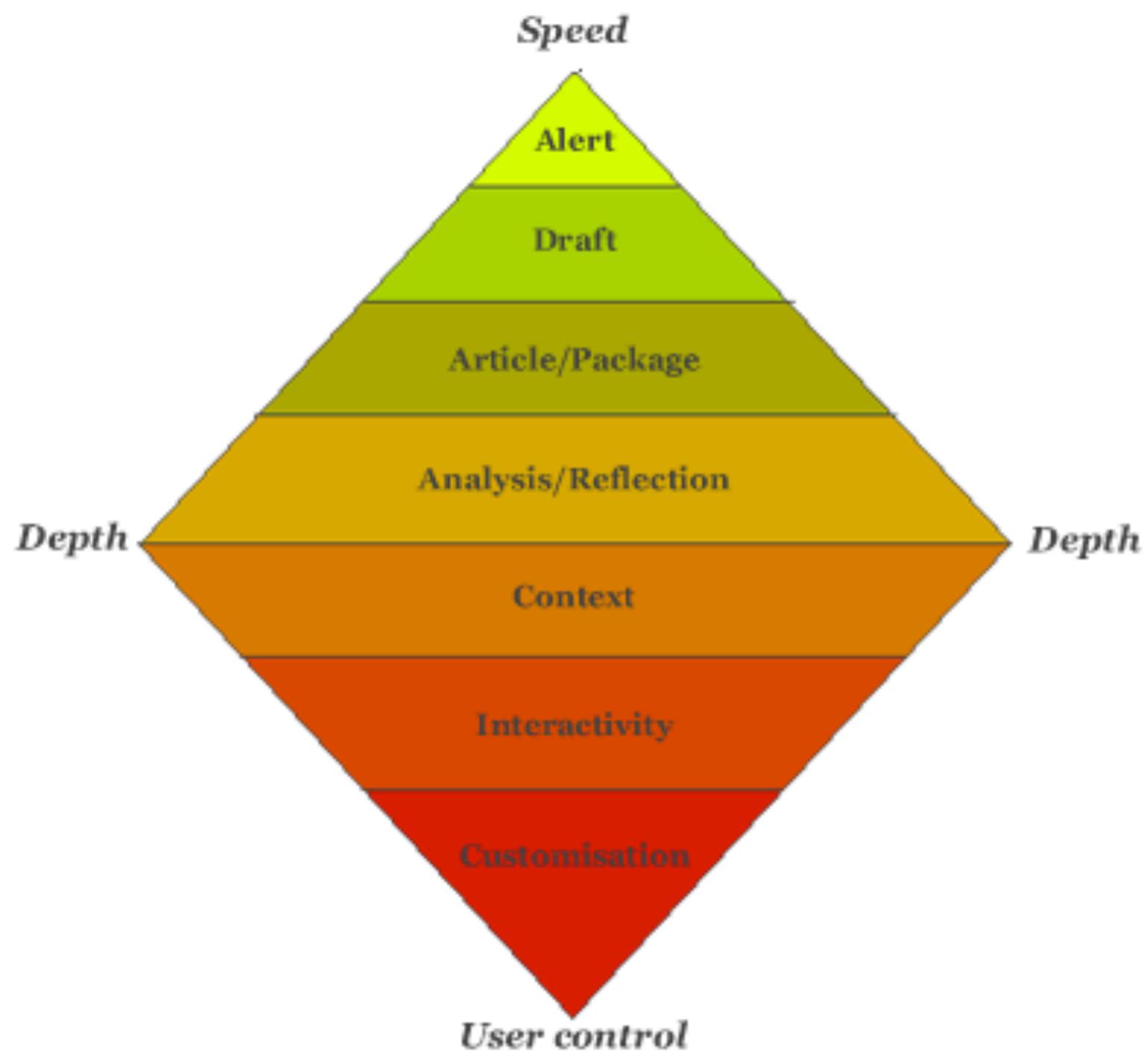




“Vivimos en la era de la atención parcial continua”  
Jack Fuller

# The News Diamond

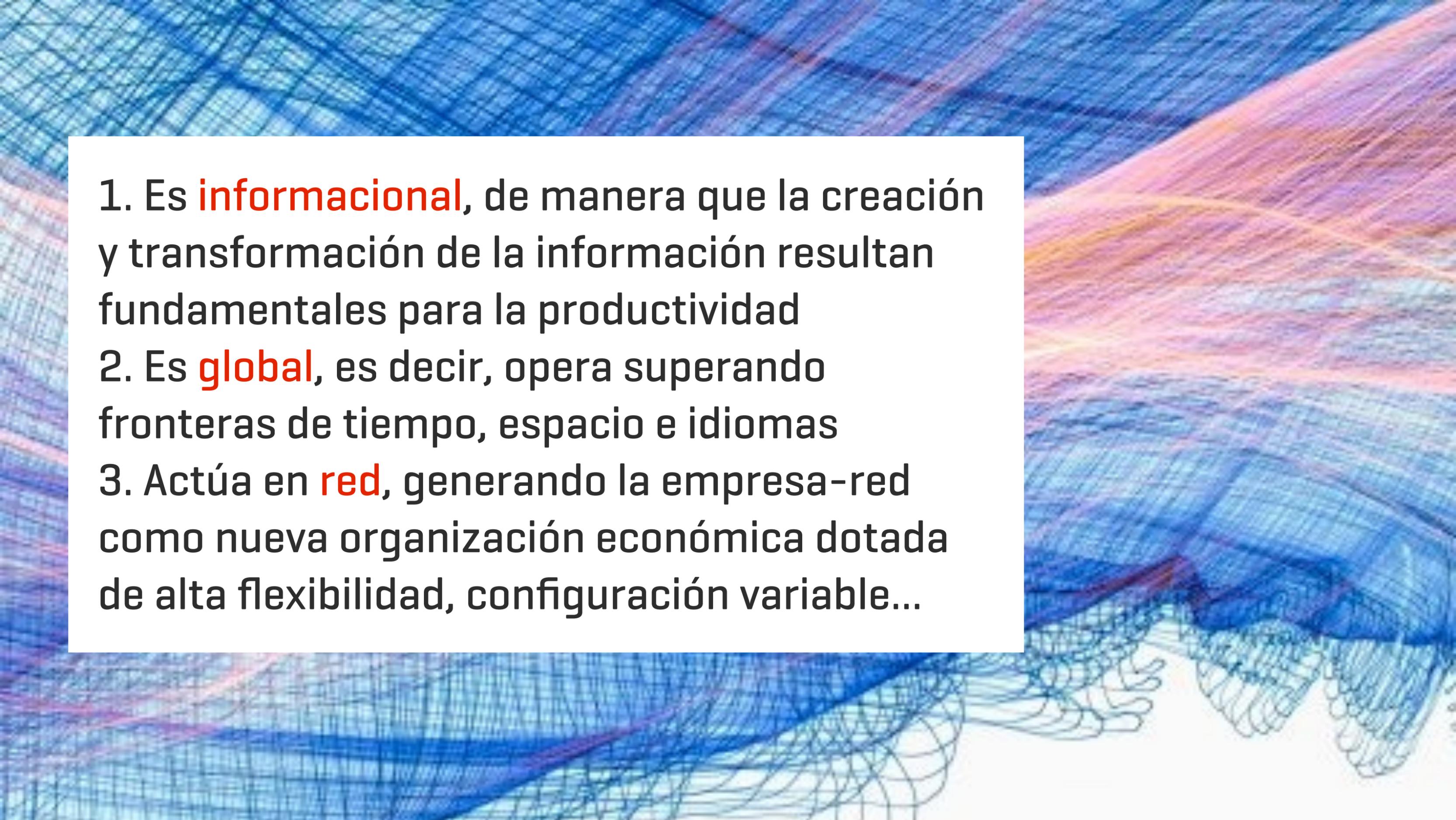
Paul Bradshaw, [onlinejournalismblog.wordpress.com](http://onlinejournalismblog.wordpress.com)



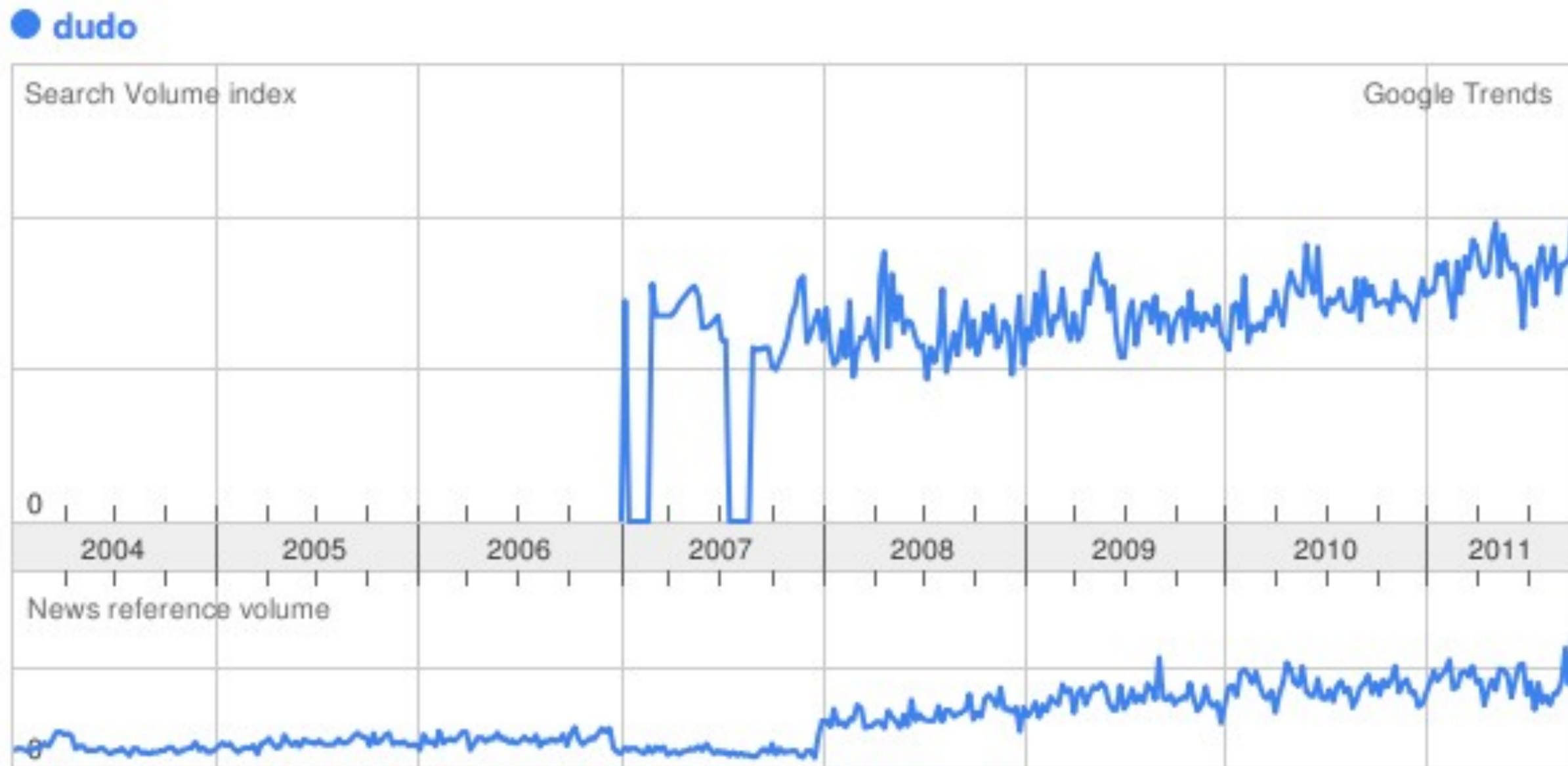
...pero

“Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo, que interactúa con el conjunto de la sociedad”  
Manuel Castells



- 
1. Es **informativa**, de manera que la creación y transformación de la información resultan fundamentales para la productividad
  2. Es **global**, es decir, opera superando fronteras de tiempo, espacio e idiomas
  3. Actúa en **red**, generando la empresa-red como nueva organización económica dotada de alta flexibilidad, configuración variable...

Y dudamos... vaya que si dudamos



Emerge un contexto controvertido:

**“Hay una preocupación de que los medios digitales canibalizan los impresos, pero la evidencia de nuestra investigación es que los consumidores no ven lo digital como un sustituto del texto impreso”.**

**“Tratar de vender el mismo contenido básico al mismo consumidor en diferentes formatos corre el riesgo de alienar al consumidor”.**

Nick Ingelbrecht, director de investigación de Gartner.

## El mundo va deprisa

Si la Revolución Industrial fue un proceso de alrededor de 400 años, el impacto de la digitalización es incuestionable en sólo cuatro décadas



**Estamos viviendo la transición de un mundo de átomos a un mundo de bits**

La mejor manera de apreciar los méritos y las consecuencias de ser digital es reflexionar sobre la diferencia que existe entre bits y átomos.

Nicholas Negroponte en su libro Ser digital (1995)

02

SINTAXIS DIGITAL

Estaban equivocados

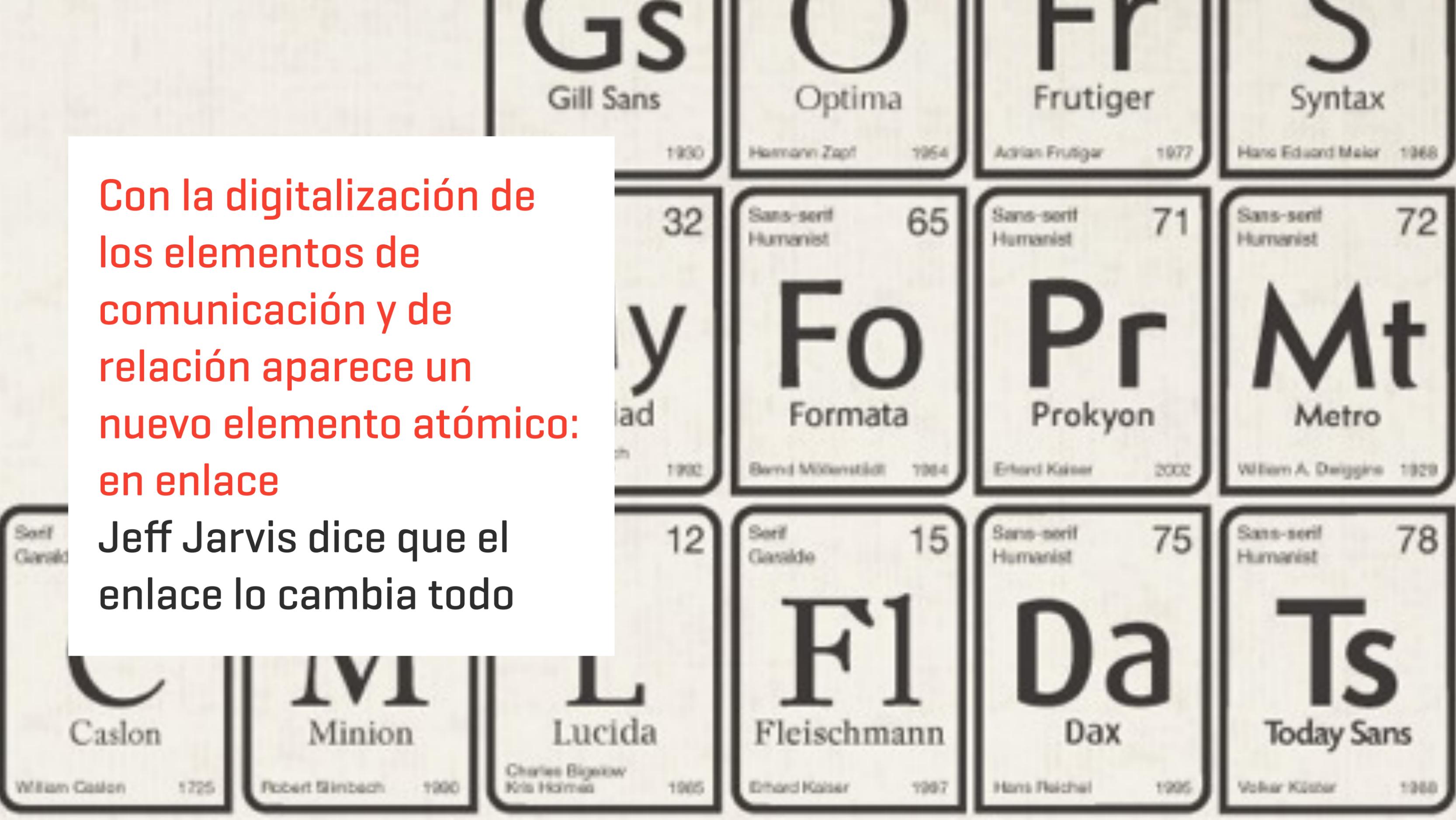


Abrieron una galleta

A good time to start something new.

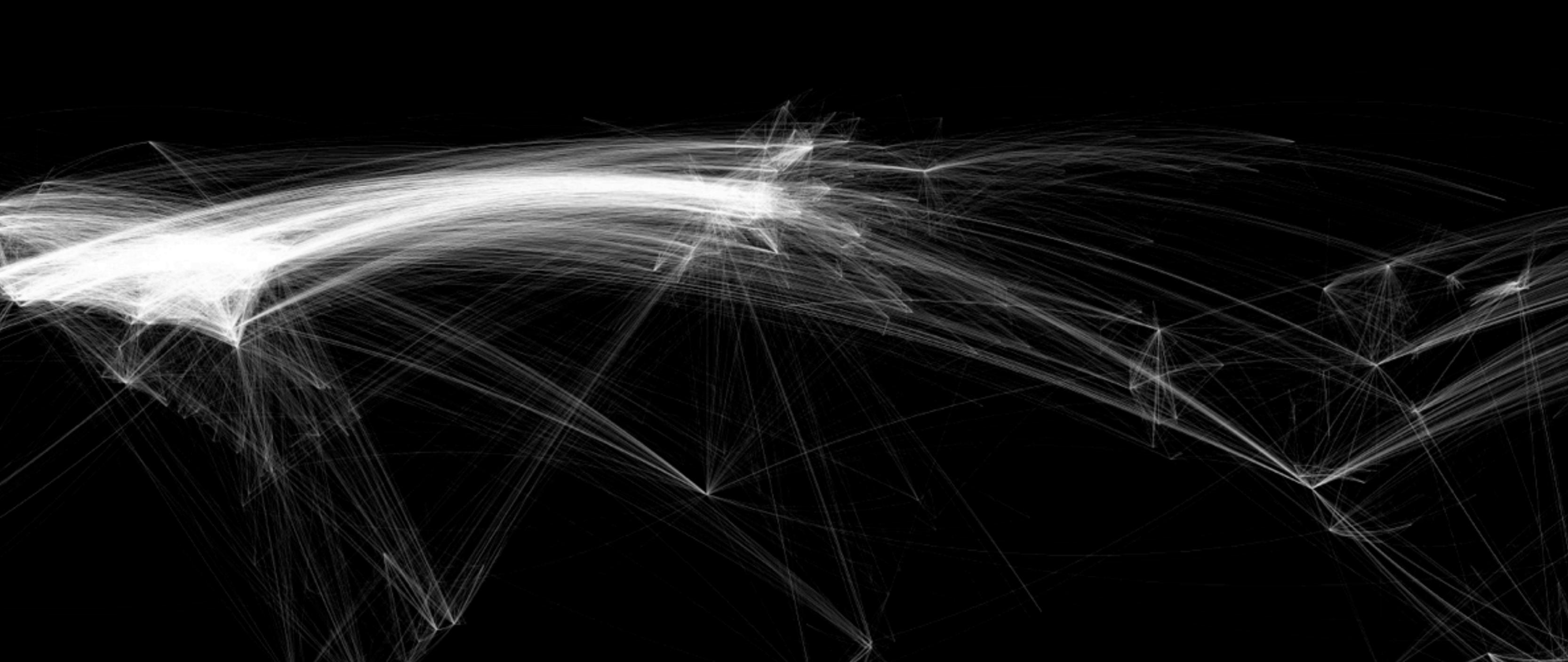
Con la digitalización de los elementos de comunicación y de relación aparece un nuevo elemento atómico: [en enlace](#)

Jeff Jarvis dice que el enlace lo cambia todo



Hola

Hyperlinks



**La clave es estar conectado**

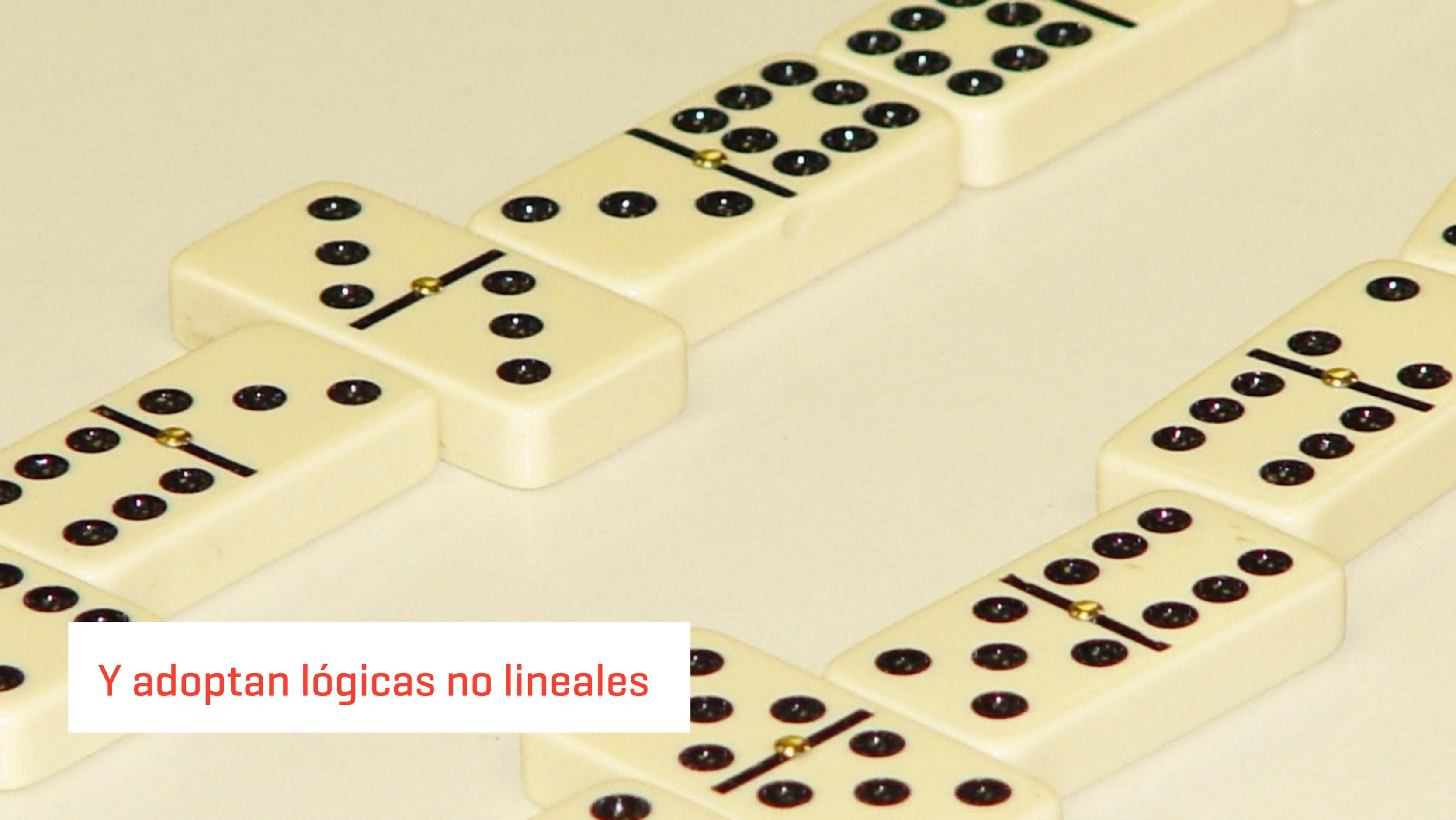
El mundo ya no es secuencial ni lógico



Media type	Definition	Examples	The role	Benefits	Challenges
Owned media	Channel a brand controls	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web site</li> <li>• Mobile site</li> <li>• Blog</li> <li>• Twitter account</li> </ul>	Build for longer-term relationships with existing potential customers and earn media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Control</li> <li>• Cost efficiency</li> <li>• Longevity</li> <li>• Versatility</li> <li>• Niche audiences</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No guarantees</li> <li>• Company communication not trusted</li> <li>• Takes time to scale</li> </ul>
Paid media	Brand pays to leverage a channel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Display ads</li> <li>• Paid search</li> <li>• Sponsorships</li> </ul>	Shift from foundation to a catalyst that feeds owned and creates earned media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• In demand</li> <li>• Immediacy</li> <li>• Scale</li> <li>• Control</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Clutter</li> <li>• Declining response rates</li> <li>• Poor credibility</li> </ul>
Earned media	When customers become the channel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• WOM</li> <li>• Buzz</li> <li>• "Viral"</li> </ul>	Listen and respond — earned media is often the result of well-executed and well-coordinated owned and paid media	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Most credible</li> <li>• Key role in most sales</li> <li>• Transparent and lives on</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No control</li> <li>• Can be negative</li> <li>• Scale</li> <li>• Hard to measure</li> </ul>

A young woman with blonde hair is looking down with a slight smile. A young man with brown hair is laughing heartily, his eyes closed and mouth open. He is wearing a white t-shirt with red and black text that includes '← TICKETS', 'GRUNGE CLUB', 'MARKS THE SPOT', 'BATTLE OF', 'SAT', and 'G-DAA'. He also has a black wristband on his left wrist. The background is a plain, light-colored wall.

**Los nativos digitales... crecen**  
1/3 de los estadounidenses  
menores de 30 años confiesa  
que su principal fuente de  
información son las noticias que  
aparecen en sus perfiles en las  
redes sociales, recomendadas  
por otras personas de su entorno



Y adoptan lógicas no lineales

¿Newton?

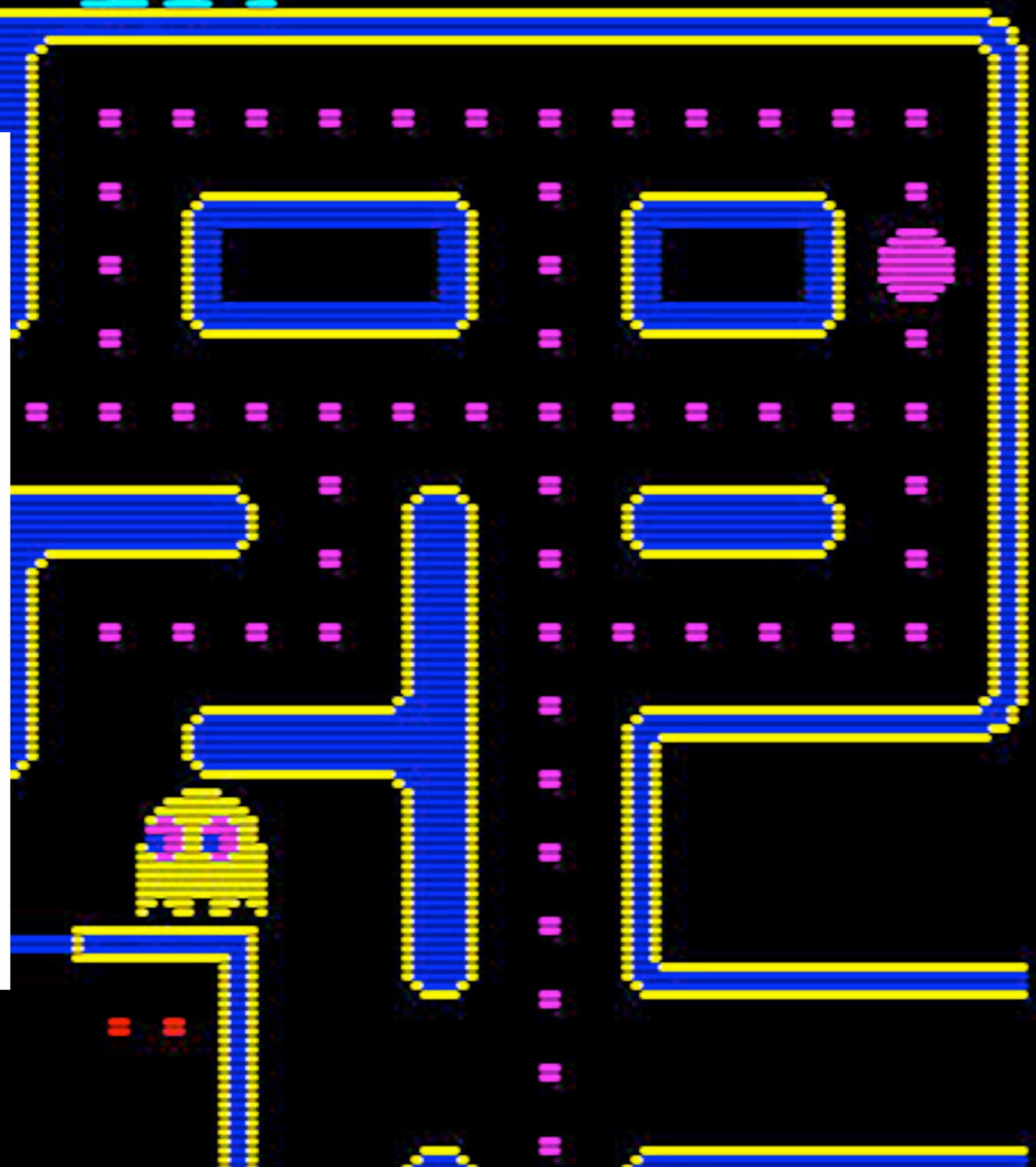


**(los juegos son no lineales)**

Si en los años 80 y 90 la narrativa de estos productos de ocio era estrictamente lineal e identificable, ahora los juegos son mucho más complejos, exigen la participación de cada vez más jugadores e incentivan el intercambio.

250 HIGH

250



# TRES IDEAS CLAVE



## Tres ideas clave

1. Convergencia mediática
2. Cultura participativa
3. Inteligencia colectiva

# 1. CONVERGENCIA

# CONVERGENCIA

Flujo de contenido a través de múltiples plataformas mediáticas. Implica que numerosas industrias colaboran en red y que las audiencias migran de plataformas en busca de otros contenidos y experiencias.

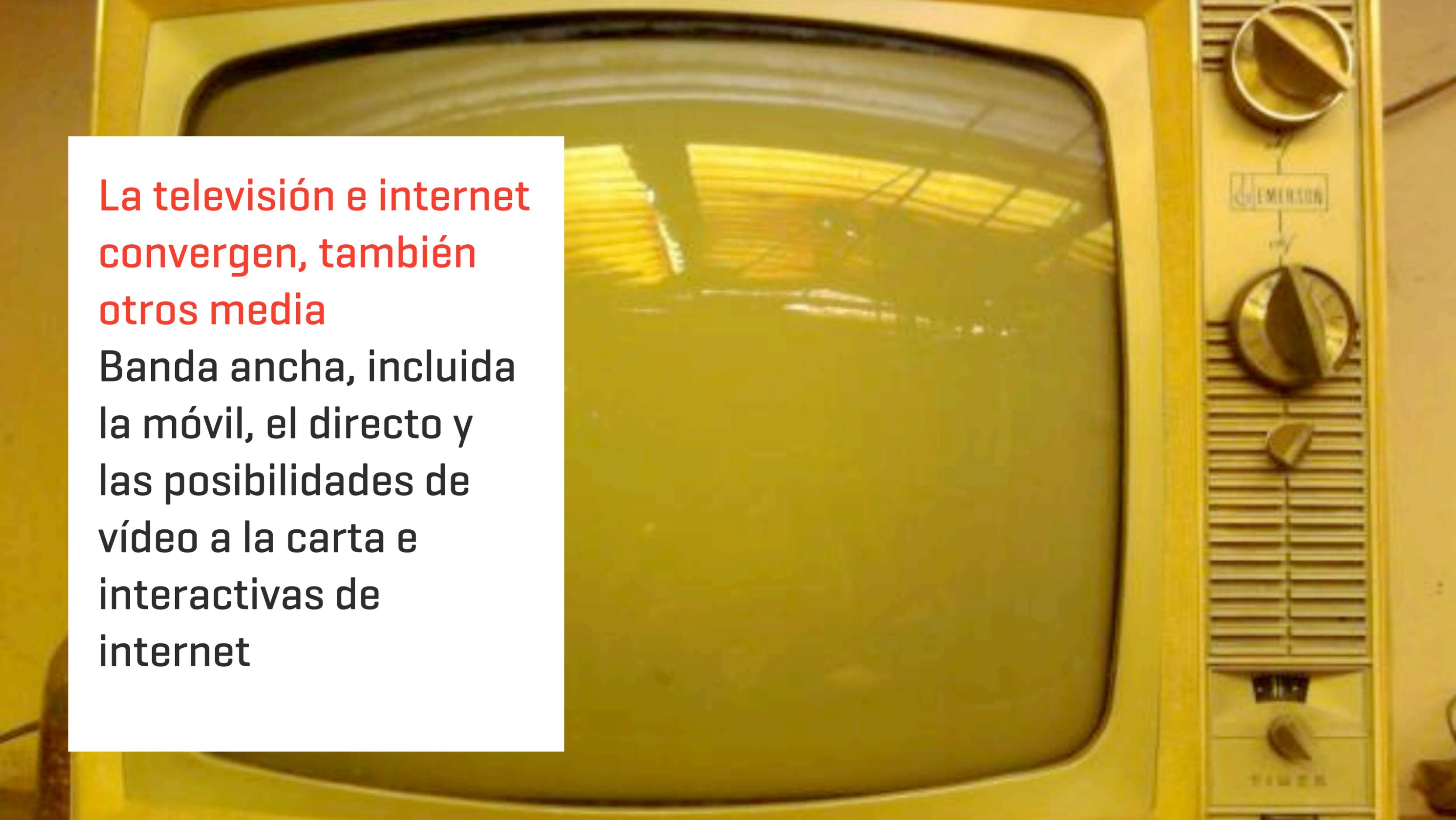
# CONVERGENCIA

Hay quien afirma que la convergencia es un cambio tecnológico, pero más bien es un cambio cultural (de hábitos, significados y consumos). Crecen las conexiones entre contenidos mediáticos dispersos.

Todos los lenguajes se fusionan en uno: el hipermedia. Es un término que designa a los procedimientos para escribir o componer contenidos (texto, video, audio, mapas u otros medios) y que permiten interactuar con los usuarios de forma bidireccional.

**La televisión e internet  
convergen, también  
otros media**

**Banda ancha, incluida  
la móvil, el directo y  
las posibilidades de  
vídeo a la carta e  
interactivas de  
internet**



Responder al reto de la sobreabundancia de información: cómo aportar valor a un mercado saturado de contenidos.

Emergencia del Real time web [inmediatez] y herramientas para presentar de la mejor forma posible los contenidos.

# NEWS BLOG



Previous

Blog home

Next

## Flight disruption, ash cloud rules and the BA cabin crew strike - live updates

Passengers are still facing delays and cancelled flights despite another relaxation of volcanic ash cloud restrictions and a high court's decision to block a strike by BA's cabin crew. Follow live

8

Tweet this (32)

Comments (162)

We've just heard that no talks will take place between BA and Unite today.



Dan Milmo

**10.46am:**

Both BA and Unite are concerned the dispute will lead to heavy financial losses, writes [Dan Milmo](#).

Unite fears that BA will pursue a compensation claim if it fails to overturn a last-gasp court order blocking four waves of five days strikes due to start today, while the carrier still faces multi-million pound losses because a full schedule cannot be implemented at Heathrow Airport until the weekend. |

update automatically every minute:  On |  Off



Journey's end: a frustrated passenger waits at Heathrow airport. Photograph: Luke MacGregor/Reuters

**9am:** There's a lot to cover in air travel news today, hence the long headline to this blog. The Unite union is due to challenge a [high court](#)



Posted by [Matthew Weaver](#) Tuesday 18 May 2010 09.10 BST [guardian.co.uk](#)



A larger | smaller

**Business**  
British Airways · Airline industry

**World news**  
Iceland volcano · Air transport

**Politics**  
Trade unions

**UK news**

# election 2010

## Election 2010: Where are the party leaders?

Track the progress of Gordon Brown, David Cameron and Nick Clegg during the campaign as they travel around the country in search of votes. Click on the pin icons for a description of their activities

Facebook (10)

Tweet this (9)

[Blogpost: The frenetic end to the leaders' campaign trails](#)

[Blogpost: Where are the party leaders campaigning?](#)

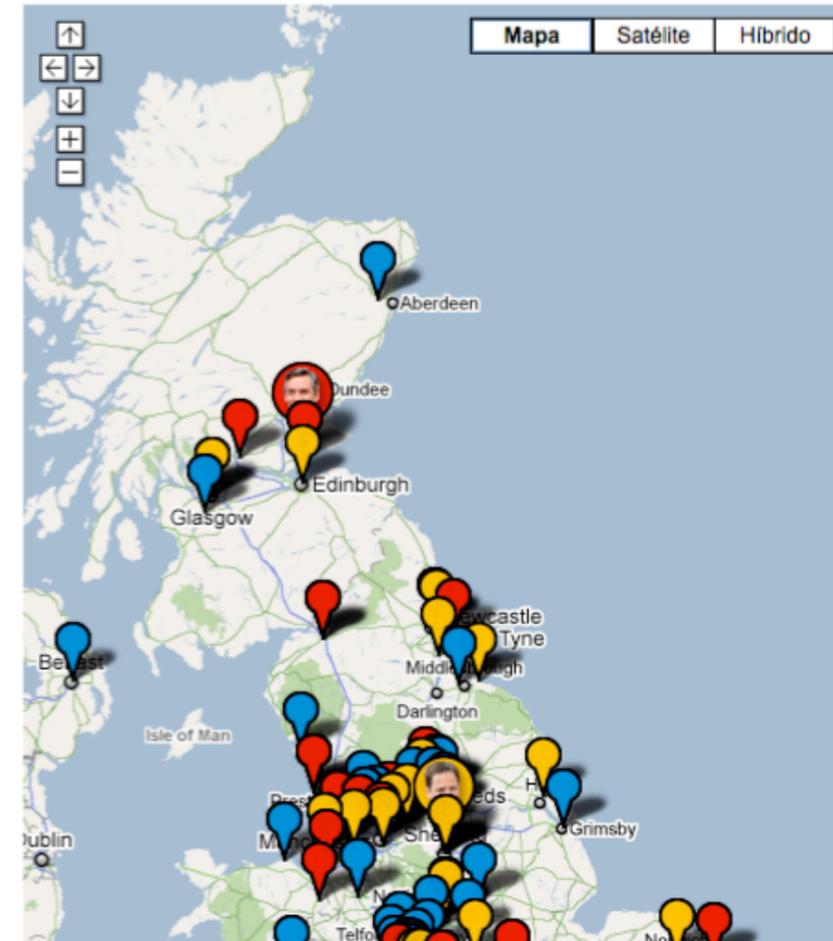
[Catch up with all of our general election coverage](#)

Paul Torpey and Emma Sax

guardian.co.uk, Thursday 6 May 2010 13.50 BST

Share icons: Email, Print, Facebook, Twitter

David Cameron			Gordon Brown			Nick Clegg		
Date	Location	Activity	Date	Location	Activity	Date	Location	Activity
6 May 2010	Witney	Casts vote						
5 May 2010	Bristol	Final rally						
5 May 2010	Newtown	Visits school						
5 May 2010	Dudley	Visits ambulance station						
5 May 2010	Calverton	School visit						
5 May 2010	Grimsby	Visits fish market and port						
5 May 2010	Wakefield	Q&A with staff at supermarket depot						
5 May 2010	Darwen	Meets workers at WEC Engineering						
4 May 2010	Carlisle	Visits firefighters						
4 May 2010	East Renfrewshire	Meets party activists						
4 May 2010	Belfast	Makes speech						
3 May 2010	Methodist Central Hall, London	CitizensUK rally						
3 May 2010	Blackpool	Campaign rally						
2 May 2010	Newquay	Campaign event						
1 May 2010	Dagenham	Health centre visit						
1 May 2010	Stevenage	Visits a hospital						
30 April 2010	Hoylandswaine	Community meeting						
30 April 2010	Derby	College visit						



[friendfeed](#) [SWISS at FriendFeed](#)

- › Due to the winter weather in USA, flight traffic from and to ...
- › Cairo update:For rebooking or new reservations from CAI, pls ...
- › [SWISS Blog] Copenhagen (Travel Tips by SWISS Cabin Crew) ...
- › Thanks for your feedback! We will use a hashtag and answer ...
- › Would you appreciate it to ask questions to our CEO via ...
- › Did you like our it when we twittered live from our press ...
- › We added a 10th Airbus A330-300 twinjet to our fleet last ...
- › Today we're starting with Barcelona. Copenhagen, Rome and ...
- › We will also dedicate our next SWISS Blog travel tips to our ...
- › For all news of today's press conference, read our press ...
- › From 20-30 January www.swiss.com offers special introductory ...
- › From 20-30 January www.swiss.com offers special introductory ...
- › LX together with Star Alliance partners offers most ...
- › SWISS will also increase flights to Hamburg and Barcelona. ...
- › Additionally SWISS evolves its schedule and will introduce 2 ...
- › SWISS and bmi will increase seat capacity at EuroAirport ...
- › bmi will serve London Heathrow 3 times a weekday with optimum ...
- › SWISS and bmi found a joint venture on all UK routes:bmi will ...
- › Now bmi will join forces with SWISS and step into the Basel ...



[SWISS at Twitter](#)

Due to the winter weather in USA, flight traffic from and to New York, Boston, Chicago might experience irregularities. <http://bit.ly/dEW5zm>

Cairo update:For rebooking or new reservations from CAI, pls do not go to the airport but call our hotline: +27 21 440 6376 / [bit.ly/ez33FH](http://bit.ly/ez33FH)

[SWISS Blog] Copenhagen (Travel Tips by SWISS Cabin Crew) <http://bit.ly/fzL6Sk>

@Enjik Unfortunately I don't know that. Have a look at the homepage or facebook fanpage of the airport ZRH, maybe you'll find the info there

@SwissMusick Unfortunately I can't tell you when you'll get a feedback but I'm sure our Feedback Management will get back to you.



Broadcast Yourself™

[SWISS at YouTube](#)

[› SWISS Inflight Duty Free](#)
[› Emmen Air Show 2010 / Switzerland](#)
**CONTACT**

If you are a journalist or another media professional, you can contact the SWISS Media Relations team

› [Contact Form](#)

For inquiries concerning Social Media please contact:

› [onlinemarketing@swiss.com](mailto:onlinemarketing@swiss.com)

**FURTHER LINKS**

› [delicious.com/swissintlairlines](http://delicious.com/swissintlairlines)

› [www.linkedin.com/companies/swiss-international-air-lines](http://www.linkedin.com/companies/swiss-international-air-lines)



**Swiss International Air Lines** en Facebook

 Me gusta 56,544

Swiss International Air Lines Due to snow and freezing rain in north eastern USA, flight traffic from and to New York, Boston and Chicago might experience irregularities. Please note the latest flight information in our current flight schedule.

<http://booking.swiss.com/web/tt.htm>

For more information please click link below.



**Latest Flight Update**

[www.swiss.com](http://www.swiss.com)

Hace 10 horas

Swiss International Air Lines

## **2. CULTURA PARTICIPATIVA**

# PARTICIPATIVA

Productores y consumidores de contenidos ya no desempeñan roles separados. Ahora interaccionan. El lector se convierte en usuario y se crean nuevas reglas que apenas comprendemos.

DECEMBER 23, 2006 / JANUARY 8, 2007

www.time.com

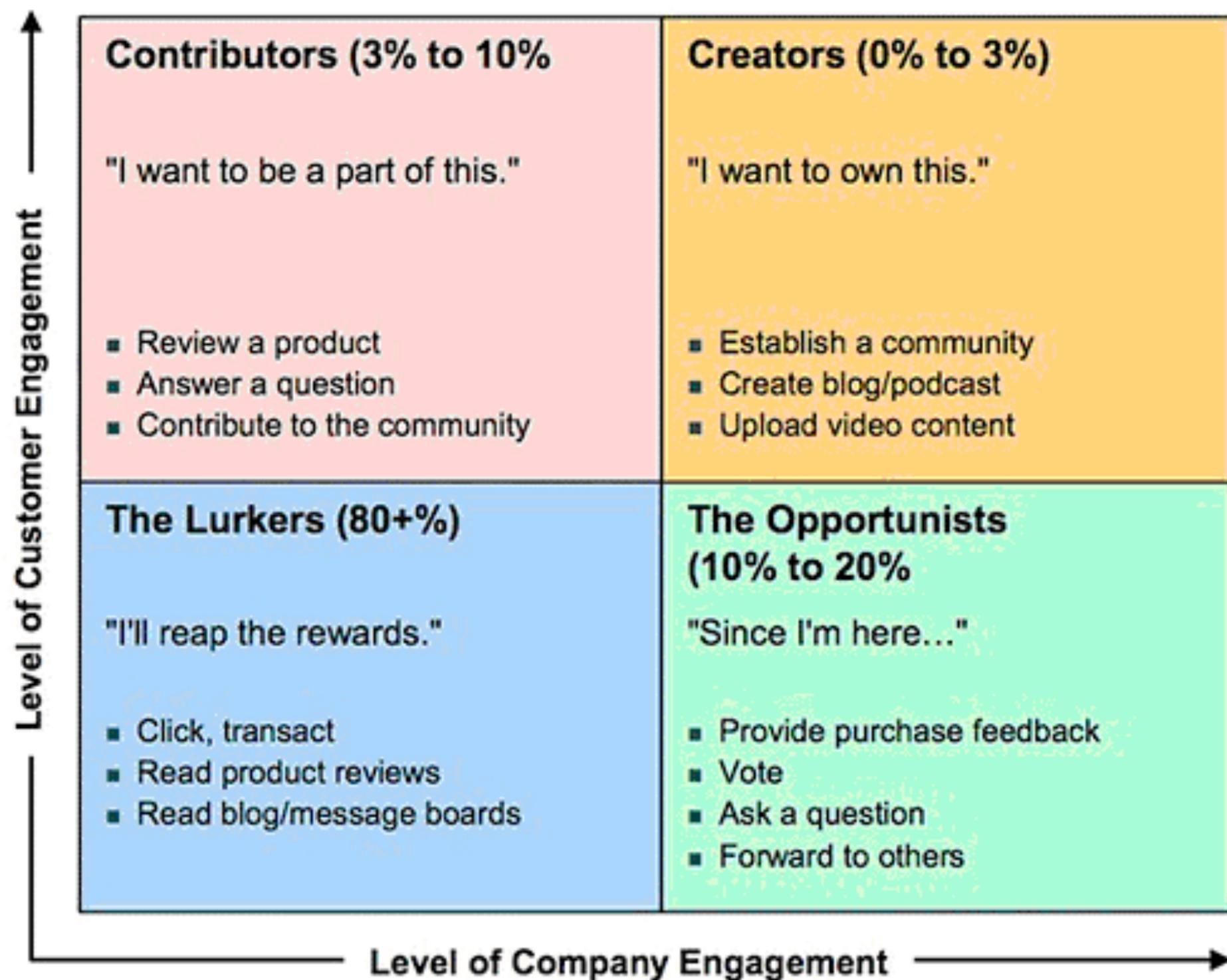
# TIME

PERSON OF THE YEAR



Yes, you.  
You control the Information Age.  
Welcome to your world.

Figure 1. The Four Levels of Community Engagement



Source: Gartner (June 2008)

## MOST POPULAR

E-MAILED

BLOGGED

SEARCHED

VIEWED

1. [Well: Phys Ed: Your Brain on Exercise](#)
2. [State of the Art: For Those Facebook Left Behind](#)
3. [American Dream Is Elusive for New Generation](#)
4. [Basics: Nut? What Nut? The Squirrel Outwits to Survive](#)
5. [V.A. Is Easing Rules to Cover Stress Disorder](#)
6. [Nicholas D. Kristof: In Israel, the Noble vs. The Ugly](#)
7. [To Those With Nothing, Soccer Is Everything](#)
8. [Gail Collins: My Boyfriend's Back](#)
9. [Solar-Powered Plane Flies for 26 Hours](#)
10. [Strategies: A Market Forecast That Says 'Take Cover'](#)

[Go to Complete List »](#)

# 3. INTELIGENCIA COLECTIVA

## COLECTIVA

Cultura del remix y espíritu de la colmena. Pierre Levy afirma que si compartimos los recursos y combinamos las habilidades emergen formas alternativas de conocimiento. La Wikipedia, aunque no sólo la Wikipedia.

[current catalogues](#)

[Borders recommends](#)

[buy gift cards](#)

[find a store](#)

Chain

*Thriller*

Have you got what it takes  
to write the world's first  
Chain Thriller with...

**James  
Patterson**

• [enter the competition](#) •

Are you  
the missing  
link?

**AirBorne**

by

**YOU**

and

**James  
Patterson**

With Australia's finest

WORLD FIRST

Search 

Books

[advanced search >](#)

## Gestion2000 Wishlist

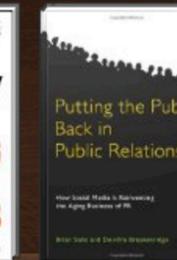
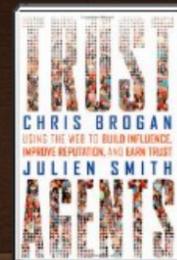
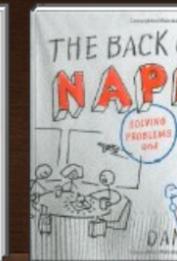
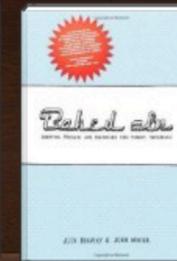
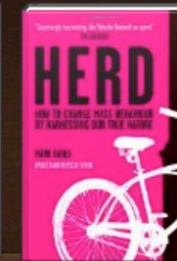
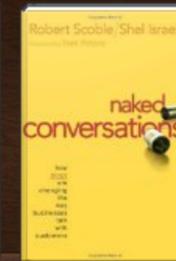
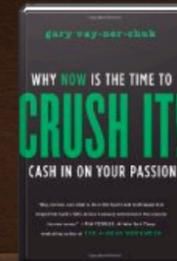
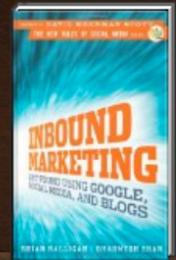
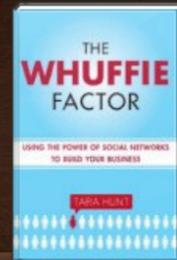
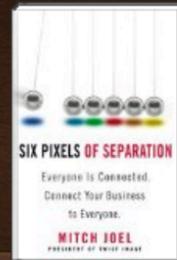
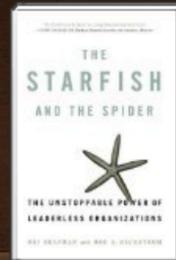
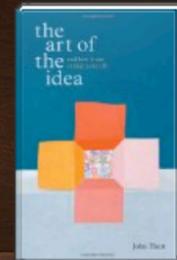
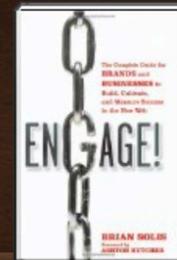
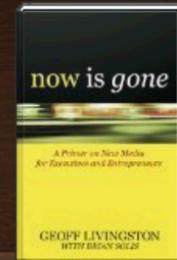
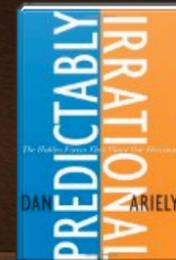
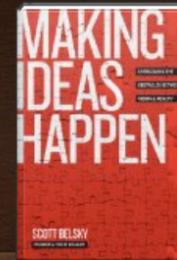
Movimiento "crowdsourcing" junto con las editoriales Gestión 2000, Deusto y Alienta (Grupo Planeta) para colaborar en la selección de títulos que pueden publicar, sobre qué temas deben de girar los próximos lanzamientos, etc.

Un proyecto que nace de forma improvisada y desinteresada a través de una conversación en Twitter, que nadie...[more >](#)

Category: [Money & Business](#) | [Spain](#) | Started September 2009

[Join this Group](#)[Overview](#)[Discussions \(2\)](#)[Members \(14\)](#)[Group Shelf \(29\)](#)[We're reading \(22\)](#)[We've read \(7\)](#)sort by [Date Added](#)

displaying 1 - 22 of 22

[PREVIOUS](#)[NEXT](#)

03

DIGITALIZACIÓN  
Y SECTOR EDITORIAL:  
TRES IDEAS CLAVE







MailreText

CONGOO

PUBZINGER

RSS MAD

eed & ter

phantare

Wikipedia

yubnubi

AC

dPolls

flickr

Ning

ookles

Strongspace

zoominfo

CASTPOST

Wikipedia

yubnubi

AC

Bloop

ProjectSpaces

FeedBurner

Bloglines

yourvolume.com

FOTOLOG

ourmedia

gabbroom

Gcast

openomy

riffs

Yub.com

Spot Runner

myspace

NewsAlloy

Allmydata.com

chatsum

PANDORA

looklater

30 BETA

winDir

diigo

box

Jots

Xdrive

WebJay

PLAZES

Noodly

30 BETA

winDir

diigo

box

Jots

Xdrive

VIZU

digg

del.icio.us

drive

AlmondRocks

Tagyu

30

writely

Simply

Gtalkr

TRUVEO

egoSurf

mozy

Quimble

pegasus

remember the milk

SQUIDOO

picturecloud

newsvine

Clipfire

mozy

Basecamp

measure

facebook

Netvibes

Goowy

My Video Karaoke

Lexxe

LOOKSTER

PXNB

measure

facebook

Netvibes

Goowy

My Video Karaoke

yelp

Smarkets

inform

filangy

magnolia

ShoZu

unick.com

feedmarker

mercora MusicSearch

StumbleUpon

ClipShack

Meet With Approval

HomePortals

Spin spy

Estrategia es conectar más estrechamente con los objetivos corporativos. Es más para qué que dónde.

242

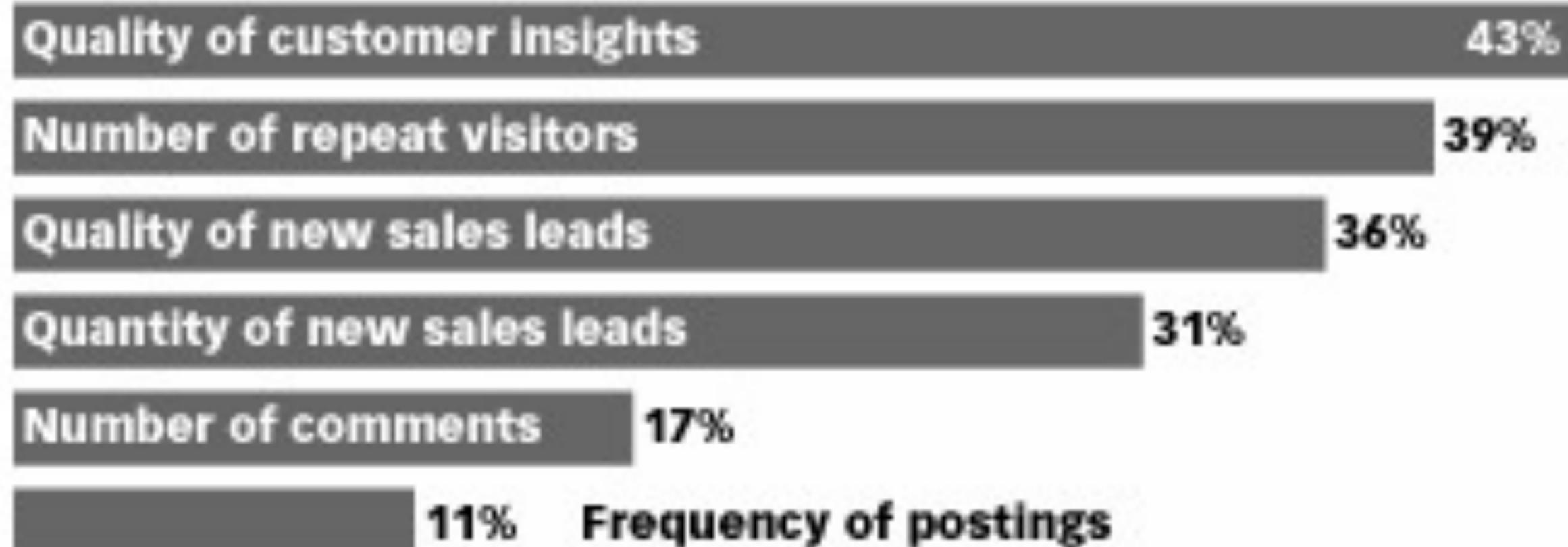
Vender + branding + servicio  
+ relaciones + aprender

---

## Retailers' Key Performance Indicators (KPIs) for Social Media, Aug 2010

*% of US retailers*

---



*Source: Aberdeen Group, "Social Media ROI," Aug 1, 2010*

---

## COMPETENCIA

“La competencia que me asusta son las redes sociales. En Facebook las personas dependen de sus amigos como fuentes de noticias”

Jonathan Klein, presidente de CNN

## Lista de indicadores para Twitter y Facebook

Concepto		Twitter	Facebook
Audiencia		Seguidores	Simpatizantes
		Tuits enviados	Entradas
Interacciones		Menciones	Comentarios
		Retuits (RT)	Comparticiones
		Clics a enlaces	<i>Me gusta</i>
Interés	Conversación	Menciones/tuits	Comentarios/entradas
	Amplificación	RT/tuits	Comparticiones/entradas
	Acción	Clics a enlaces/tuits	
	Aceptación ( <i>applause</i> )		<i>Me gusta</i> /entradas
	Interacciones	(Menciones+RT)/tuits	(Comentarios+comparticiones+ + <i>Me gusta</i> )/entradas
Compromiso	Conversación	Menciones/seguidores	Comentarios/simpatizantes
	Amplificación	RT/seguidores	Comparticiones/simpatizantes
	Acción	Clics a enlaces/seguidores	
	Aceptación ( <i>applause</i> )		<i>Me gusta</i> /simpatizantes
	Interacciones	(Menciones+RT)/seguidores	(Comentarios+comparticiones+ + <i>Me gusta</i> )/simpatizantes

Las métricas en los medios digitales son indicadores reales de cómo nos estamos moviendo ante los objetivos.

ROI positivo significa ratio beneficio/inversión. Pero afectan muchos factores exógenos para medir.

ROI positivo significa,  
también, una mayor cercanía  
de los KPI evolutivos hacia los  
objetivos (marca tendencia).

04

CONCLUSIONES

## Marketing en redes sociales

- El usuario es el centro del proceso y del producto
- Las lógicas 2.0 deben introducirse en la organización
- Marketing es generar vínculos memorables con los clientes
- El contenido y los soportes pueden responder a las dinámicas de los clientes: interacción, participación, búsqueda, multimedia...
- Mide el impacto: si no medimos no podemos mejorar
- Integra el negocio analógico con el digital: híbrida
- La reputación y la visibilidad es una obligación [para marcas, autores, libros...]

¿Preguntas?

0105E

# Gracias

Roger de Llúria 114, Pral-2  
08037 Barcelona  
[hola@comuniza.com](mailto:hola@comuniza.com)  
[www.comuniza.com](http://www.comuniza.com)

COMUNICACIÓN  
CON ESTRATEGIA

# COMUNIZA

