

Dossier de prensa



MARKETING DIGITAL PARA LOS QUE NO SABEN DE MARKETING DIGITAL

Gonzalo Giráldez

ISBN: 9788418578564

Editorial: LID Editorial

Colección: Acción Empresarial

Idioma: Español

Páginas: 152

Formato: Papel y ebook

PVP: 19,90 euros

e-book: 6,49 euros

#MarketingDigitalLibro

La obra

Hace tiempo el **entorno digital** cambió nuestras vidas: la forma de trabajar, de aprender, de consumir, de interactuar con las personas y con las marcas.

Este nuevo entorno nos **ofrece muchas oportunidades**, pero es **imprescindible saber moverse** y funcionar en él para sacarle el máximo partido. Este es el principal objetivo del libro *Marketing digital para los que no saben de marketing digital*, ofrecer al lector las **principales claves y conceptos** del marketing digital con un **lenguaje sencillo**, como el que usaría un amigo.

Porque hay un nuevo escenario y **las reglas del juego se reinventan para volverse a crear a diario**, todos **necesitamos referencias claras** para poder participar en este nuevo entorno en el que los datos lo son casi todo, en el que **los usuarios somos más protagonistas que nunca**.

Gonzalo Giráldez nos anima a **convertirnos en generadores del cambio desde el conocimiento** a través de su última publicación, dirigida al público en general.

Pero ¿cómo iniciarse en el marketing digital?

- **Diferénciate.** Recuerda que, si eres uno más, eres uno menos. Necesitas diferenciarte, encontrar ese algo especial que tiene tu marca para construir tu historia.
- **Establece unos objetivos.** Por supuesto, claros. Marca unas prioridades para tu negocio y pon a funcionar unos indicadores de seguimiento para que puedas monitorizar y cambiar si algo no te está funcionando.
- **Define tus necesidades.** Igual no necesitas SEO o tu negocio no requiere de un e-commerce. No tienes que estar en Twitter o Instagram por estar, ni tampoco grabar vídeos para que nadie los vea en YouTube, simplemente por el hecho de estar. La tecnología y el mundo digital han traído soluciones de todo tipo para empresas de todos los presupuestos y de todos los tamaños. Eso sí, es un camino lento con una alta competencia y los resultados tardan en llegar.
- **Fórmate.** Sé curioso, lee, estudia, copia de los mejores. Esta disciplina está en constante cambio, lo que obliga a estar al día, pero al mismo tiempo siempre ofrece oportunidades de volver a conectarte. Estás a tiempo, sin duda; además, gran parte de la formación disponible es gratuita, por lo que solo tienes que saber buscarla y ser disciplinado para seguir con ella.
- **Simplifica y huye de terminología compleja.** Es muy propio de este sector y, a menudo, solo distrae.

Índice

Introducción

1. Un cambio radical sin vuelta atrás

1. Antes las relaciones eran transaccionales
2. Ya no solo se consumen productos, hay una relación con las marcas
3. El journey del cliente y el funnel

2. Cómo entablar una relación

1. Tres formas de relacionarse: owned media, paid media y earned media
2. Marca, conócete a ti misma
3. Love brands

4. ¿Y de qué les hablas?
5. La distribución es la reina
6. Medición

3. Cómo crear tu estrategia de marca

1. El nuevo modelo de éxito de la comunicación
2. Brand strategy 360º

4. Las relaciones se forjan en comunidad

Ahora te toca a ti

Notas

El autor



Gonzalo Giráldez es socio-director de Agencia '71, firma especializada en marketing y comunicación digital que trabaja para marcas como Endesa, Enagás, ONCE, Indra o las internacionales Iovate o Cellucor. Durante su carrera profesional ha ocupado diferentes puestos directivos en compañías como Burson-Marsteller, AC Hoteles, Occidental Hoteles o Gestiona Radio, entonces del Grupo COPE.

Es doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra, MBA por el IE, y PDG por el IESE. Imparte formación en The Valley Digital Business School en la Fundación Botín y en la Fundación SEPI, y es autor de numerosos artículos

Para más información:
laura.diez@lidbusinessmedia.com

