



El mundo Groundswell

Un libro para aprovechar al máximo las nuevas redes sociales y herramientas de Internet

El libro de más éxito en 2008 de Harvard Business School Press

Internet ha cambiado nuestra forma de comunicarnos. El avance de las redes sociales como Facebook, MySpace o LinkedIn y el intercambio de información a través de foros y blogs es imparable. Gracias a estas y otras herramientas cada día miles de personas de cualquier lugar del mundo comparten ideas sobre diferentes temas, intereses u opiniones acerca de los productos y servicios que ofertan las empresas que forman parte de su vida cotidiana. La Red ofrece posibilidades ilimitadas, lo que supone un verdadero desafío para muchas organizaciones y personas que se están viendo sobredimensionadas por esta realidad, se sienten perdidas y no saben cómo sacar provecho de estos nuevos fenómenos sociales. ¿Estamos preparados para contribuir activamente en ellos?

El mundo Groundswell nos invita a entender mejor estas nuevas tendencias sociales con el fin de aprender a participar activamente en ellas para obtener su máximo potencial. Y precisamente es a estos nuevos fenómenos a lo que los autores denominan **groundswell**, es decir, “los movimientos espontáneos de personas que utilizan Internet para comunicarse, experimentar por sí mismas y obtener lo que necesitan de otros: información, apoyo, opiniones...etc.” Por lo tanto las personas utilizan las tecnologías para intercambiarse lo que necesitan sin recurrir a entidades tradicionales como las empresas.

El libro se divide en tres partes con el objetivo de preparar a profesionales y empresas para triunfar en el cambiante mundo de las tecnologías sociales. En la primera parte explica en esencia qué es el groundswell y proporciona las herramientas básicas para entenderlo; la segunda expone cómo abordarlo y finalmente, la tercera parte ayuda a ponerlo en práctica con éxito en el trabajo y en la empresa. Además los diferentes capítulos van documentados con prácticos ejemplos y datos estadísticos de una gran utilidad.

Los autores, **Charlene Li y Josh Bernoff**, presentan diferentes estrategias para que las empresas entren activamente en el mundo groundswell. Consideran que la claridad en el planteamiento de sus objetivos determinará el éxito o el fracaso de las mismas y tras numerosos estudios identifican cinco objetivos fundamentales que conducen al éxito y que en realidad están ligados a los departamentos tradicionales de las empresas, con la

única diferencia de que estrechan mucho más la relación con los clientes y aumentan la comunicación. Estos cinco objetivos son:

- Escuchar. Hay que aprovechar el groundswell para realizar estudios de mercado y entender mejor a los clientes.
- Hablar. Es necesario entrar en el mundo groundswell para hacerse oír por más gente.
- Transmitir energía. Las empresas deben localizar a sus clientes más incondicionales y utilizar el groundswell para aumentar la efectividad del boca a boca.
- Apoyar. Las empresas deben implantar herramientas groundswell para ayudar a sus clientes a ayudarse entre ellos.
- Integrar. Se debe integrar a los clientes en los procesos de la empresa.

El mundo Groundswell es una herramienta imprescindible, de lectura obligada y de gran ayuda para todas las personas y empresas que están decididas a aprovechar las múltiples oportunidades de negocio que brinda Internet.

Los autores: Charlene Li y Josh Bernoff.

Charlene Li es Vicepresidenta de Forrester Research. Además, es la responsable de todos los estudios e investigaciones sobre la web 2.0 de la consultora

Josh Bernoff también es Vicepresidente de Forrester Research y está a cargo de las investigaciones acerca de cómo la gente utiliza las tecnologías y sus implicaciones.

TÍTULO ORIGINAL:	Groundswell
TRADUCCIÓN:	Sergio Raneda Delgada
CÓDIGO:	039000189
ISBN:	978-84-92452-19-4
PUBLICACIÓN:	09/03/2009
ENCUADERNACIÓN:	
FORMATO:	135 X 213
PÁGINAS:	384
COLECCIÓN:	NUEVOS PARADIGMAS