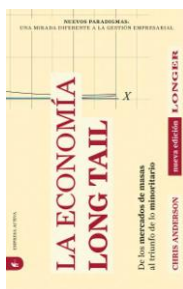


EDICIONES URANO – EMPRESA ACTIVA



LA ECONOMÍA LONG TAIL CHRIS ANDERSON

Empresa Activa relanza el bestseller mundial en una edición ampliada con dos novedades: un capítulo sobre la Long Tail del marketing y un nuevo epílogo

¿Estamos asistiendo al fin de la cultura de masas? ¿Vamos hacia una sociedad donde la publicidad ya no dicta la demanda? ¿Dónde triunfa la diversidad? Chris Anderson nos ofrece un análisis más completo de la *Larga Cola* en esta obra esencial para comprender el alcance del fenómeno y sus implicaciones. Una obra de rabiosa actualidad, imprescindible para conocer y prepararse para un futuro que ya está aquí.

Con la llegada de Internet, un nuevo fenómeno invade el mercado, la industria y la sociedad. Se trata de la *Larga Cola*, término acuñado por Chris Anderson y que resuena ya en los medios de comunicación de todo el mundo. Long Tail, es una larga cola que tiende al infinito, una tendencia por la cual, gracias a la tecnología, el mercado de masas se convierte en un mercado de nichos: por primera vez en la sociedad de consumo, la venta de pequeñas cantidades es rentable. Para Chris Anderson, en el siglo XXI dominará el mercado quien acapare las ventas minoritarias, esa larga cola que se extiende detrás de los hits, casi hacia el infinito, y que convierte la oferta en un mosaico de minimercados y microestrellas.

La economía del Long Tail, puede incluso superar en ventas a cualquier bestseller o cualquier campaña de marketing de un gran lanzamiento.

El libro cuenta con un nuevo capítulo, *La Long Tail del marketing*, en el que se pone de manifiesto cómo los anuncios estandarizados en los medios de comunicación ya no influyen en los espectadores. El autor aboga por la fragmentación del marketing, ya que

la mejor manera de vender a los consumidores Long Tail consiste en averiguar quién influye en ellos y esto se logra emitiendo menos mensajes y escuchando más.

La economía Long Tail es una obra esencial para empresarios, economistas y para todo aquel que quiera comprender el alcance de este fenómeno y sus implicaciones

El autor: Chris Anderson

Chris Anderson, editor jefe de la revista *Wired*, empezó a investigar el tema de Long Tail en un artículo que ha llegado a convertirse en un clásico. A partir de este estudio, escribió ***La economía Long Tail***. Desde entonces, el término no ha dejado de oírse en los medios de comunicación de todo el mundo. Analizando el consumo de películas, libros y música, muestra cómo Internet ha hecho posible un nuevo mundo, en el que la combinación de ventas modestas y títulos minoritarios iguala las ventas de los grandes éxitos.

“En resumen, aunque estamos obsesionados con las superventas –escribe Anderson-, éstas ya no constituyen la fuerza económica que fueron en su día. ¿Adónde han ido a parar todos esos consumidores que tanto se hacían notar? A ninguna parte. Se han esparcido como fragmentos de mercado en miles de nichos distintos.”

Más información:

TÍTULO ORIGINAL:	Long Tail, The
TRADUCCIÓN:	Federico Villegas/Silvia Lezam
CÓDIGO:	039000204
ISBN:	978-84-92452-31-6
PUBLICACIÓN:	18/05/2009
ENCUADERNACIÓN:	
FORMATO:	135 x 213
PÁGINAS:	384
COLECCIÓN:	NUEVOS PARADIGMAS