



EMPRESA ACTIVA



La trampa de las redes sociales

Una mirada provocadora sobre las redes sociales que deja de lado las exageraciones y expone lo que de verdad se necesita saber para expandir un negocio en Internet

La trampa de las redes sociales es un polémico libro que desmitifica la pretendida revolución de las redes sociales. Según su autor, **B.J. Mendelson**, Twitter, Facebook y YouTube son sólo plataformas. Ni buenas ni malas. Ni útiles ni inútiles. Sin embargo se ha creado un mito alrededor de todas ellas que dice lo contrario y del que se están enriqueciendo las grandes corporaciones y gurúes de Internet. Se trata de un mito que defiende que únicamente utilizando las redes sociales para el desarrollo de una empresa ésta prosperará. Sin embargo el número de seguidores en Facebook o Twitter no se traduce en un aumento de los beneficios.

En este sentido, no es ninguna sorpresa que las cincuenta páginas más destacadas de Facebook tengan como protagonistas famosas grandes empresas y marcas populares. Lo mismo sucede con las cincuenta cuentas más seguidas de Twitter y con los canales de YouTube más populares.

El libro pretende ser una divertida y honesta explicación del mito de las redes sociales y la gente que lo alimenta. Pero no se queda únicamente en la crítica y la discusión sino que también sugiere una serie de pautas y consejos a tener en cuenta para disfrutar de una buena presencia en la Red y conectar con los clientes y consumidores sin tener que invertir mucho dinero en ello. Por ejemplo, entre otras afirmaciones **Mendelson** sostiene:

- Lo *offline* es más importante que lo *online* y esto no cambiará nunca.

- Intentar ganar millones a partir de una plataforma nicho de la Red es una mala idea. Sólo lo consiguen muy pocos y la mayoría de ellos o intentaba vender algo, o estaba en el lugar adecuado en el momento adecuado, o tuvo algún tipo de contacto o contó con el respaldo por parte de los medios.

- El 99% de las cosas que suelen calificarse como virales están impulsadas por fuerzas *offline*: contactos en el mundo real, medios de comunicación, famosos o grandes empresas.

- El concepto de que la gente “verá” lo que publiquemos *online* no es cierto. De hecho, la mayoría de los vídeos subidos a YouTube sobreviven sin ser vistos y miles de páginas Web carecen de visitas.

La trampa de las redes sociales, una apasionante lectura que cuestiona la importancia de la Red para las empresas de una forma amena, documentada y entretenida.

El autor:

B.J. Mendelson es un experto en marketing reconvertido en periodista y crítico social.

Colabora con toda una serie de publicaciones como *The Huffington Post*, *Forbes* y la CNN. Ha sido citado por *Newsweek*, *The New York Times*, *The Los Angeles Times*, *Psychology Today* y *Smart Money Magazine*.

También ha dirigido un show televisivo de la cadena ABC.

Más información:

TÍTULO ORIGINAL:	Social Media Is Bullshit
PRECIO:	16 €
TRADUCCIÓN:	Isabel Murillo Fort
CÓDIGO:	039000285
ISBN:	978-84-96627-59-8
PUBLICACIÓN:	01/04/2013
ENCUADERNACIÓN:	RCA C/S
FORMATO:	135 x 213
PÁGINAS:	288
COLECCIÓN:	Gestión del conocimiento
Código BIC:	KJS (Ventas y marketing)
Código BISAC:	BUS043000 (BUSINESS & ECONOMICS / Marketing / General)