



Buscador

[BOLETIN](#)
[RSS](#)
[HEMEROTECA](#)

Share



Portada	Secciones	Editorial	Entrevistas	Se rumorea	Contratado y Despedido	Empleo en RRHH	The English Corner
Administración Pública	Conciliación/Productividad	Empresa	Formación	Legal	Librería de RRHH	Liderazgo	Mercado de Trabajo
Miscelánea	Quién es Quién	Recolocación	Responsabilidad Social	Seguridad e Higiene	Selección de Personal	Tecnología e Innovación	Trabajo Temporal
Trayectoria Profesional							

Portada > Secciones > Librería de RRHH

Lunes, 30 de Mayo de 2011

Novedad de Esic Editorial

Big brother is dead. El día que el consumidor hizo callar a las marcas

Actualizado Lunes 30/05/2011 00:05

RRHH Digital



RRHH Digital. Hace más de un siglo la revolución industrial y la producción en cadena obligaron a las empresas a buscar mercados masivos donde comercializar sus productos. Estas empresas se sirvieron de una nueva herramienta (la publicidad) para bombardear mensajes genéricos a audiencias gigantescas desde el altavoz de los grandes medios.

Muchos años después, el panorama de los medios ha cambiado al igual que el comportamiento de los consumidores. Sin embargo, miles de marcas siguen aferradas a la vieja fórmula publicitaria basada en la repetición de impactos y la interrupción de la audiencia. La hiper-saturación publicitaria y las nuevas tecnologías digitales, que permiten al consumidor encontrar el contenido que busca libre de anuncios donde, cuando y como lo desea, provocan que las audiencias se fragmenten y huyan.

Este nuevo **consumidor 2.0**, conectado, proactivo y crítico que ha dado la espalda a los anuncios no tiene por qué darla también a las marcas.

BIG BROTHER IS DEAD, prologado por el siempre polémico Risto Mejide, analiza a fondo este proceso y esboza estrategias prácticas para recuperar la confianza del consumidor y cultivar su fidelidad.

Cuenta la historia de cómo la curiosidad y la libertad de elección de los clientes ha terminado por imponerse sobre el interesado inmovilismo de la industria publicitaria.

La historia de cómo las marcas podrán ser capaces de convivir equilibradamente con las personas en un futuro no muy lejano. La historia de la muerte de Big Brother.

Javier Regueira es socio co-director de la empresa musical Pop Up, actividad que compagina con la docencia en distintas escuelas de negocio, con sus libros y colaboraciones como speaker en eventos de Marketing y Emprendimiento. Durante su carrera en marketing y publicidad ha pasado por multinacionales como Leo Burnett, Nivea, Grey e Imperial Tobacco. Javier es Licenciado en CC.EE. Europeas ICADE E-4, Máster en Marketing y Doctorando por la Universidad Rey Juan Carlos.



Lo último de la hemeroteca

- ESADE señala que la acción social puede producir "mejoras tangibles" en torno a la reputación y la credibilidad
- La escuela de negocios EOI acogió la presentación del libro de Francisco Alcaide "Fútbol fenómeno de fenómenos"
- Presentación del libro "Cambio estratégico y capacidades dinámicas: Estudio de Cuatro Casos"
- Entrenamiento emocional en el trabajo
- Sin tiempo que perder

[Ver todas las entradas](#)

Directorio de RRHH

[Entrar al Directorio](#)
Sector: Consultoras de Formación
[OMD Human Resources Consulting](#)
[Gestalento](#)
[Adalid Inmark](#)
[← ANTERIOR](#) | [SIGUIENTE →](#)

Lo más de la semana

[LEIDO](#) | [COMENTADO](#)

IMPRIMIR
 ENVIAR
 PDF
 RECOMENDAR

[Volver a sección](#)
[Volver a portada](#)

Ayúdanos con tus comentarios a completar esta noticia

Los comentarios se publicarán una vez sean aprobados por el administrador...

Escribe tu comentario

Correo Electrónico (Obligatorio)*

Página Web (Si tienes)

**La dirección de correo no se hará pública en la web*

Introduce el número de la imagen (Código de verificación para prevenir envíos automáticos)



2fc43

Enviar

Los siete enemigos de la supervivencia de la empresa

El talento convertido en mito

Se dice, se rumorea, se cumple

"Sin el dominio del inglés, las empresas españolas perderán competitividad"

Diez buenas razones para crear una comunidad virtual para extrabajadores

Encuesta

RRHH Digital y Tea Cegos preguntan:
¿Si hay discrepancias con la dirección general, le es fácil expresarlas?

Muy fácil

Fácil

Difícil

Muy difícil

[Ver resultados](#) | [Votar](#)

Búscanos en Facebook

RRHH Digital

Me gusta 1,100

RRHH Digital Big brother is dead. El día que el consumidor hizo callar a las marcas <http://bit.ly/jANF7W>

Big brother is dead. El día que el consumidor hizo callar a las marcas
www.rrhhdigital.com
 Primer periódico online de RRHH

Hace 15 minutos

RRHH Digital Aleph Comunicación da un paso hacia la comunicación 2.0 <http://bit.ly/md9oFz>

Aleph Comunicación da un paso hacia la comunicación 2.0
www.rrhhdigital.com
 Primer periódico online de RRHH

Plug-in social de Facebook

[Transición Profesional](#) Coaching y Selección. Desarrolla tus Habilidades, Exprime tu Talento www.inveniiorrh.com

[Recursos Humanos 2.0](#) Curso de Recursos Humanos 2.0 y Selección en Redes Sociales. +Info... www.CursoRecursos

[Buzoneo en Madrid](#) Metodo eficaz y directo. Nosotros le asesoramos. www.Jsppublicidad.com

Anuncios Google

Recomendamos

Atento



Capman



Ticket Restaurant



Gestalto



Training Express



ACT



[Portada](#) | [Secciones](#) | [La Noticia más Actual](#) | [Entrevistas](#) | [Se rumorea](#) | [Contratado y Despedido](#) | [Empleo en RRHH](#) | [The English Corner](#) | [Suscríbete al boletín](#) | [Hemeroteca](#) | [Links](#) | [Aviso Legal](#)

COPYRIGHT 2008 RRHHDigital Prohibida su reproducción total o parcial, así como su traducción a cualquier idioma sin autorización escrita de su titular.

[DATOS DE CONTACTO](#)

Diseño y desarrollo web: [LEXTREND](#)