

BIBLIOTECA EMPRESARIAL Y DE GESTIÓN

Categoría: Recomendados

Técnicas de marketing viral

Categoría de nivel principal o raíz: Biblioteca Escrito por VV.AA.

9

Like 0 Tweet 0 Share



Miguel Ángel Montañés del Río, César Serrano Domínguez y José Aurelio Medina Garrido / ESIC Editorial

Una herramienta de marketing que ha revolucionado la comunicación digital en los procesos comerciales. El rumor o el boca-oreja han existido siempre, pero gracias a las tecnologías digitales y la proliferación de las redes sociales han adquirido una dimensión muy considerable dando lugar al concepto de marketing viral.

La comunicación es algo innato a todo ser humano. No es posible evitarla, ya sea de modo formal o informal, siempre estamos enviando mensajes a nuestros iguales con algún tipo de propósito.

El marketing viral está concebido para que las ideas se propaguen entre las personas de igual modo que lo haría un virus biológico, gracias a la democratización en el uso de Internet.

La misión del marketing viral es que un mensaje, por lo general con contenido comercial —aunque no necesariamente—, más o menos explícito, tenga la capacidad de involucrar a sus receptores y que éstos se encarguen, voluntariamente, de su retransmisión entre sus contactos y allegados.

Este libro enseña los conceptos básicos del marketing viral, así como las principales técnicas que se utilizan para su desarrollo práctico, todo ello desde una perspectiva de gestión.

La propagación viral de ideas es algo que los usuarios de Internet ya están experimentando ¿Su organización aún no?