



MARKETING DIGITAL PARA LOS QUE NO SABEN DE MARKETING DIGITAL

Descubre cómo el marketing y la comunicación digital ayudan a las marcas a diferenciarse

ISBN: 978-84-18578-56-4

COLECCIÓN: LID - Acción empresarial

IBIC: KJS, KJ, KJC, KJMV7

THEMA: KJS, KJ, KJC, KJMV7

BISAC: BUS043000, BUS090010

FORMATO: 15 cm x 22 cm N.º PÁGINAS: 152 PESO: 290 g PVP: 19,90 €



« Un libro para conocer, en menos de dos horas y de una forma sencilla, como si te lo contara un amigo, los fundamentos y conceptos principales de marketing digital ».

SOBRE EL LIBRO

Hace tiempo que el entorno digital cambió irreversiblemente nuestras vidas: nuestra forma de trabajar, de aprender, de consumir, de comunicarnos o de relacionarnos con las personas y las marcas. Además, está lleno de oportunidades, pero es imprescindible que sepas moverte y funcionar en él, aunque no te dediques profesionalmente a ello o lo rechaces porque te sientes algo torpe ante todo lo que suena a digital.

¿Por qué recibo anuncios personalizados sobre mi última búsqueda en Google?, ¿por qué los *influencers* cada vez son más importantes?, ¿qué herramientas digitales me pueden ayudar a impulsar mi marca o a emprender un negocio?, ¿qué hacen las empresas con mis datos?, ¿escucha mi móvil o mi altavoz inteligente más de lo que debería? Todos formamos parte de este ecosistema, pero no entendemos casi nada de lo que ocurre a nuestro alrededor.

Marketing digital para los que no saben de marketing digital simplifica lo complejo y en menos de dos horas, de una forma sencilla, como si te lo contara un amigo, podrás comprender las principales claves y conceptos del marketing digital. Paso a paso, con ejemplos, con gráficos de apoyo y de fácil comprensión.

SOBRE EL AUTOR

Gonzalo Giráldez es socio-director de Agencia 71, firma especializada en marketing y comunicación digital que trabaja para marcas como Endesa, Enagás, ONCE, Indra o las internacionales Iovate o Cellucor. Durante su carrera profesional ha ocupado diferentes puestos directivos en compañías como Burson-Marsteller, AC Hoteles, Occidental Hoteles o Gestiona Radio, entonces del Grupo COPE. Es doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, licenciado en Periodismo por la Universidad de Navarra, MBA por el IE, y PDG por el IESE. Imparte formación en The Valley Digital Business School en la Fundación Botín y en la Fundación SEPI, y es autor de numerosos artículos en la Revista Capital.