

Juan Manuel Maqueira Sebastián Bruque (2009) Marketing 2.0. El nuevo Marketing en la Web de las Redes Sociales. Alfaomega. 208 p.

Marketing 2.0 emerge en la nueva Web de las redes sociales y que incluye tanto al marketing en Internet, como a las nuevas tendencias que surgen con fuerza en la aplicación de las nuevas tecnologías que permiten la interacción social, como el teléfono móvil y la nueva Web social o Web 2.0.

El Marketing 2.0 se alinea con el concepto de Web 2.0 y aprovecha las ventajas que actualmente ofrece la Web de las redes sociales y las nuevas TICs para poder llegar a los clientes de forma directa e individualizada, captar su atención, permitir la interrelación, aumentar su confianza, acceder a sus redes sociales de influencia y estrechar los vínculos que se establecen entre las empresas y los posibles clientes.

Muestra las estrategias de Marketing 2.0 que las empresas ya están aplicando como: el Marketing de Relaciones, el Marketing One to One, el Marketing Dinámico y el Marketing Viral.

Los autores profundizan en la estrategia de Marketing On-line y en las tácticas de personalización, ofreciendo ejemplos de las principales redes sociales. Así como en los distintos formatos que se están utilizando como: la mensajería instantánea, el podcasting, el videocast, los mashups, los blogs y los advergaming.

También dedican un capítulo al Marketing en Móviles, en los que hay un enorme potencial para ser utilizados en combinación con estrategias de marketing on-line.

El marketing no es ajeno a la utilización de las nuevas tecnologías que son utilizadas como coadyuvantes para la difusión de sus acciones. El conjunto de nuevas estrategias que utilizan las

diversas tácticas y los formatos digitales específicos y característicos que se tratan a lo largo del libro se engloban bajo el término de Marketing 2.0. En este sentido, el marketing aprovechará todas las ventajas que ofrece la tecnología para llegar al mayor número de clientes posibles con mensajes enviados de una forma personalizada a segmentos de usuarios o redes sociales para los que esos mensajes resultan de interés.

La evolución de Internet no termina en la Web social que supone la Web 2.0, nuevas tendencias han creado lo que se conoce como Web 2.1 y en el que se concibe a la informática como un servicio básico y que algunos autores llaman “la nube”.

Finalmente los autores mencionan que esta evolución continua, en un futuro asistiremos a proyectos empresariales que conformen una Web 3.0 con nuevos mundos virtuales en 3D de inmersión e interacción social o metaversos. Entre las tendencias del futuro se encuentran también una Web inteligente o semántica, en donde los contenidos de las páginas serán entendidos por los ordenadores.

Celia Bertha Reyes Espinoza.