

# Blogs y empresas

Tu marca en la  
blogosfera

Eva Sanagustín

Dirección editorial: Lluís Pastor

Diseño del libro y de la cubierta: Natàlia Serrano  
La UOC genera este libro con tecnología XML/XSL.

Primera edición: mayo 2010  
© Eva Sanagustín Fernández, del texto  
© Editorial UOC, de esta edición  
Rambla del Poblenou, 156, 08018 Barcelona  
www.editorialuoc.com  
Impresión:  
ISBN: 978-84-9788-884-4  
Depósito Legal:

*Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño general y la cubierta, puede ser copiada, reproducida, almacenada o transmitida de ninguna forma, ni por ningún medio, sea este electrónico, químico, mecánico, óptico, grabación, fotocopia o cualquier otro, sin la previa autorización escrita de los titulares del copyright.*

## **Nuestro contrato**

Este libro le interesará si quiere conocer:

- Por qué y cómo puede la blogosfera ayudarle a posicionar su marca en Internet.
- De qué opciones dispone para tener una buena presencia en la blogosfera y sus claves.
- Cómo relacionarse con bloggers para que le ayuden a dar a conocer sus productos o servicios, es decir, cuáles son las buenas prácticas del blogmarketing.
- Qué necesita para poner en marcha un blog corporativo y cómo promocionarlo.

## Índice de contenidos

<b>Nuestro contrato</b>	3
<b>LOS MEDIOS SOCIALES Y LA BLOGOSFERA, IMPORTANCIA E INFLUENCIA</b>	7
Trascendencia de los medios sociales	7
Magnitud de la blogosfera	9
Beneficios o por qué deberían interesarte	11
<b>LOS BLOGGERS, TUS VECINOS E INTERLOCUTORES</b>	15
¿Blogger = periodista?	16
De entre todos, los más adecuados	19
<b>ESTRATEGIA, CÓMO ESTAR PRESENTE EN LA BLOGOSFERA</b>	25
Presentación en la blogosfera, un primer paso imprescindible	28
Inserción publicitaria, los blogs como medios digitales	31
Relaciones con bloggers, buenas prácticas de blogmarketing	37

Blogs corporativos, el blog de tu empresa	50
<b>GESTIÓN Y RESULTADOS DE LA CONVERSACIÓN, CÓMO ESCUCHAR A LA BLOGOSFERA</b>	63
Herramientas de seguimiento y medición	69
La rentabilidad de los medios sociales	73
<b>BLOGS Y MARCAS, RESUMIENDO</b>	77
Índice de conceptos	81
Bibliografía	82