

Jorge Gobbi

29 de septiembre, Paseo La Plaza, Buenos Aires, Argentina

Blogs y redes
sociales: el presente
de la publicación
personal y grupal en
internet

Web

Sus clientes conversan entre ellos.

Crean nuevos contenidos y comentan.

No son, necesariamente, una audiencia pasiva.

Donde conversan: blogs, redes sociales, foros.

Web

Aceptar cierta pérdida de control sobre lo que se dice en la Red acerca de nosotros y las empresas.

No ir contra los usuarios

Web

Reduce de manera drástica los costos de crear grupos.

Web

Fin de la escasez de contenidos.

El periodismo comparte su lugar como intermediario

Blogs

**Fin de la etapa de evangelización.
La utopía de los blogs ha terminado**

Blogs

Contenidos más elaborados y profesionales.

Decadencia de los blogs personales, reemplazados por las redes sociales.

Blogs

Dificultades para posicionarlos

Mayor vinculación con las redes sociales

Blogs

Los bloggers crean su identidad digital, al igual que el resto de los usuarios, en múltiples plataformas.

Blogs

Las redes sociales comienzan a ser una importante fuente de tráfico para muchos blogs y medios.

Redes sociales

Se privilegian las “voces reales” de usuarios.

Las redes sociales están armadas a partir de conversaciones

Redes sociales

Focalizarse en la información útil para el consumidor.

Redes sociales

No se puede hablar de la misma forma a periodistas, bloggers y consumidores / prosumidores.

Conclusiones

Fin de la escasez.

**Crisis del modelo tradicional de
financiamiento de contenidos mediante
publicidad.**

Conclusiones

Crisis de la separación entre contenido y publicidad; involucramiento emocional.

En la vida cotidiana, marcas y experiencia no se separan.

Conclusiones

No ir contra los usuarios; ellos conversan y reaccionarán a todo intento de coartar la conversación.

Conclusiones

Diferentes tipos de usuarios.

El ProAm, generador de contenidos de mayor calidad y con una audiencia propia.

El usuario de redes sociales.

Conclusiones

Necesidad de aprender a participar en las conversaciones de las redes sociales.

Las conversaciones no son transacciones

E-mail: jorgegobbi@gmail.com

Twitter: [@morrissey](https://twitter.com/morrissey)

Facebook, Flickr y más datos:
www.blogdeviajes.com.ar/acerca-de

***Muchas gracias por su
atención***