



03.06.11

Medialuna ofrece consejos prácticos para lanzar un libro en las redes sociales



La agencia de comunicación Medialuna, nos ofrece 8 consejos prácticos para la realización de una campaña de comunicación de un libro en las redes sociales

La campaña en redes sociales para dar notoriedad a la nueva obra *American Psique*, de Cesar García, (editado por LoQueNoExiste) es un ejemplo de cómo Internet y las redes sociales sirven para la promoción y la comunicación en los tiempos modernos y de forma rentable. Centenares de lectores están siguiendo al autor de esta nueva obra en Twitter, Facebook, LinkedIn y en el propio blog de César García, que a pesar de encontrarse en la Universidad Estatal de Washington, parece estar cerca de todos. Esta es la recomendación de Medialuna, responsable de la campaña digital:

1. **Cree un blog:** Lo mejor es que el autor, en este caso lo hace Cesar García, hable de la obra desde su punto de vista personal aportando opiniones cercanas que complementen las ideas del libro, contestando las preguntas de lectores...
1. **Abra perfiles en distintas redes sociales:** en función de la temática de la obra editorial elegiremos cuáles son las redes en las que nos interesa aparecer. Pueden convivir perfiles tanto de la editorial, como del libro o del autor que se complementen.
1. **Preocúpese del contenido.** El valor del contenido atraerá a lectores y curiosos. En la red, como en los libros, funciona el boca a boca y ésta siempre es la mejor manera de crecer. Tener definido el *storytelling* es fundamental.
1. **Escuche diariamente a los usuarios:** conozca a sus seguidores, qué les gusta, qué cosas de las que comparte con ellos son más comentadas, vea cómo puede mejorar el contenido en función de la demanda...
1. **La importancia del boca a boca:** intente generar ruido, que otros hablen de su obra, contacte con sus públicos de interés, infórmeles de su propuesta y tenga paciencia. Para construir el boca a boca hay que contar una buena historia y esperar que otros la difundan.

1. **Seleccione grupos de interés con similares objetivos dentro de las redes sociales generales:** dentro de cada red la gente se organiza y vincula con aquellos con los que comparte intereses similares. Así podemos localizar grupos de librerías, editoriales, lectores, personas preocupadas por la política, la psicología.., o cualquier tema que se nos ocurra.
1. **Descubra redes especializadas en su ámbito:** editores, librerías, profesionales de la política y la sociología- en el caso de American Psique- poseen redes profesionales en las que se comunican. Entre en ellas.
1. **Identifique a aquellos blogueros interesados en su obra.** Hoy cualquiera puede ser periodista, o ejercer de informador, desde el pueblo más recóndito del mundo y con un simple ordenador. Los blogueros influyentes son seguidos por miles de internautas. No se olvide de enviarles la obra, si puede, y de mantener una relación fluida con ellos.

(<http://americanpsique.blogspot.com/>)

(<http://www.facebook.com/pages/American-Psique/145718395495234>);

(<http://twitter.com/AmericanPsique>);

(<http://www.linkedin.com/groups/American-Psique-3859716?mostPopular=&gid=3859716>

<http://www.relacionespublicas.biz/?p=872>