

prcomunicación

18.05.11

Claves para lanzar un libro en redes sociales



Internet y las redes sociales han rentabilizado la promoción y la comunicación actual pero muchos no saben cómo hacerlo. Por eso, César García ha decidido publicar el libro 'American Psique' en la Editorial LoQueNoExiste.

Muchos son los lectores que siguen ya a César a través de Twitter, Facebook, LinkedIn y su blog personal, ya que es la forma más cercana de acceder al autor del libro que está en la Universidad Estatal de Washington. Parece que los esfuerzos de promoción de Medialuna, la agencia responsable de la campaña digital, están dando resultado.

Las ocho claves para lanzar un libro en las redes sociales y no morir en el intento, según César García, pasan por crear un blog personal que aporte opiniones cercanas y que responda a las preguntas de los lectores.

Otra de las acciones recomendables a seguir es abrir distintos perfiles en diferentes redes sociales. En función de la temática de la obra, hay que elegir aquéllas en las que interesa aparecer y tener en cuenta que pueden convivir perfiles tanto de la editorial, como del libro o del autor que se complementen.

La tercera clave es preocuparse por el contenido, ya que es el imán que atrae a los lectores y a los 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.

La cuarta pista es escuchar diariamente a los usuarios, conocer a los seguidores, ver qué cosas les gustan, qué es lo más comentado de lo que se comparte con ellos y ver cómo puede mejorarse el contenido en función de la demanda.

La quinta clave es el boca a boca. Lo ideal es intentar generar ruido para que otros hablen de las obras. Para ello se debería contactar con los públicos de interés e informarles de la propuesta. Para construir el boca a boca hay que contar una buena historia y esperar que otros la difundan.

La sexta recomendación de César García pasa por seleccionar los grupos de interés que tienen similares objetivos dentro de las redes sociales generales . Dentro de cada red la gente se organiza y se vincula con aquellos con los que comparte intereses similares. Así se pueden localizar grupos de librerías, editoriales, lectores, personas preocupadas por la política, la psicología o cualquier otra materia.

También es importante buscar las redes especializadas dentro del entorno del escritor: 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.

Y, por último, sería ideal identificar a todos los blogueros que han mostrado algún interés por la obra publicada, ya que hoy cualquiera puede publicar cualquier cosa gracias a las redes sociales, los blogueros más influyentes pueden marcar las pautas de miles de internautas y dirigirles hacia esa lectura e concreto. Enviarles la obra y tener una relación fluida con ellos puede resultar una acción muy fructífera.

<http://www.prnoticias.com/index.php/prcomunicacion/491/10066979>