

«La trampa de las redes sociales»

B. J. Mendelson

Edita: Empresa activa

288 páginas; 16 euros

Un experto en márketing reconvertido en periodista y crítico social firma este libro que se presenta como «provocador» y que trata de desmitificar lo que algunas firmas trataron de presentar, a su entender, como una revolución. En el libro también se sugieren una serie de alternativas a a las redes sociales, así como pautas para tener una buena presencia en la red, conectar con tus clientes y consumidores, pero sin gastar «una fortuna» en las tarifas de las diferentes redes o en las empresas que generan contenidos para ellas.

