

zákazníkov zmenil stratégiu v rámci mnohých oddelení spoločnosti, aj ako juhoafrický výrobca vín desaťnásobne zvýšil svoj obrat využitím blogov, YouTube, Facebooku a ďalších nástrojov z arzenálu sociálnych technológií.

Tento trend sa nedá prehliadnúť a v budúcnosti sa bude len posilňovať. *Spodná vlna* vás môže úspešne doviest' do cieľa alebo potopiť. Naučte sa preto plávať, kým nie je neskoro. Cesta späť neexistuje.

Ocenenia pre knihu Groundswell:

- **Berry-AMA Book Prize** – (Best Marketing Book of 2009) / American Marketing Association
- zaradená medzi **Top 10 Business & Investing Books of 2008** / amazon.com
- zaradená medzi **Top 10 Business-Tech Books of 2008** / CIO Insight
- jedna z troch najlepších kníh o webe v roku 2008 / Fortune Magazine
- 3. miesto v zozname **Books You Should Have Read** / Advertising Age
- zaradená medzi **Best Innovation & Design Books 2008** / BusinessWeek

Ste pripravení na spodnú vlnu?

PRÁVE TERAZ sa zákazníci vyjadrujú k vašim produktom na blogoch a prerábajú vaše reklamy na YouTube. Píšu o vás články do Wikipédie a spájajú sa do skupín, ktoré nesú váš názov na Facebooku. Toto všetko je charakteristické pre nový spoločenský jav, nazvaný spodná vlna, ktorý spôsobil posun v doterajšom fungovaní nášho sveta. Sociálne siete umožňujú zákazníkom získať kontrolu nad vašim produktom. Ich prostredníctvom môže obrovské množstvo ľudí prakticky v okamihu získať informácie o vás od iných spotrebiteľov a takisto okamžite reagovať na čokoľvek – v pozitívnom aj negatívnom zmysle. Veľa spoločností to považuje za hrozbu. Pre vás to však môže byť príležitosť.

Kniha *Spodná vlna (Groundswell)* bola preložená do 16 jazykov a získala ocenenie Najlepšia marketingová kniha roka 2009.

CHARLENE LI je popredná odborníčka a konzultantka v oblasti sociálnych médií. Pre Forrester Research pracovala ako hlavná analytička do roku 2008, kedy založila vlastnú konzultačnú spoločnosť Altimeter Group.

JOSH BERNOFF je viceprezidentom a hlavným analytikom spoločnosti Forrester Research. V rámci spoločnosti zodpovedá za výber, rozvoj a propagáciu najinovatívnejších nápadov a myšlienok.

 KNIŽNÁ EDÍCIA
NADÁCIE TATRA BANKY


eastone BOOKS
www.eastonebooks.com

ISBN 978-80-8109-137-7

9 788081 091377


KNIŽNÁ EDÍCIA
NADÁCIE
TATRA BANKY



Charlene Li, Josh Bernoff

SPODNÁ VLNA

Charlene Li
Josh Bernoff

SPODNÁ VLNA

Ako podnikat' a víťaziť vo svete,
ktorý zmenili sociálne médiá

V knihe *Spodná vlna* ponúkajú dvaja špičkoví výskumníci z Forrester Research spôsob, ako využiť moc sociálnych médií na dosiahnutie úspechu v podnikaní. Autori zozbierali množstvo dát, ktoré svedčia o tom, že sociálne siete predstavujú pre firmy obrovskú príležitosť. Na základe príkladov z celého sveta, od zdravotnej starostlivosti cez maloobchod a produkty pre zákazníkov až po obchodné služby, poukazujú Li a Bernoff na to, ako spoločnosti s vedúcou pozíciou na trhu získavajú spätnú väzbu, generujú tržby, šetria peniaze a motivujú existujúcich zákazníkov.

Ak sa zaoberáte marketingom, výskumom, vývojom, predajom či jeho podporou, alebo riadite spoločnosť, v knihe nájdete presne ciele rady, podporené skutočnými príkladmi návratnosti investícií, ktoré vás presvedčia, že sociálne médiá naozaj fungujú.

Základ knihy *Spodná vlna* tvoria reálne zistenia o zákazníkoch a skúsenosti z práce s množstvom spoločností. Spolu s Procter & Gamble si overíte, že prepracovaný marketing v rámci komunity je až štyrikrát efektívnejší než televízne reklamy a pritom za zlomok ceny, akú by stála televízna kampaň. Tiež sa dozvieme, ako Best Buy využíva vyjadrenia tisícky svojich zamestnancov na vlastnej sociálnej sieti, ako Dell na základe názorov

(Pokračovanie na zadnej záložke)