

2. Web 2.0. Participación

Visibilidad de la empresa en la web social

Factores clave a la hora de diseñar el sitio web de una empresa

Reflexión interna sobre enfoque y posicionamiento en la Red

Contenido fragmentado y distribuido

Cómo Google ordena el mundo

Publicar contenido original

Tiempo de permanencia en una web

Actualización constante de sus contenidos

El número y la calidad de los enlaces de otras webs

Criterios para mejorar el posicionamiento de la empresa en la web

Nuestros datos personales en Google

Otros buscadores, otras fuentes de información

Principales características de otros motores de búsqueda

Buscadores sociales

Hakia

Nuroa

Chacha

Wikia

Technorati

Perfil de los usuarios 2.0

Creador de contenido (1%)

Consumidor (90%)

Comentador y republicador (efecto altavoz) (9%)

Glosario

Incremento de clientes más inteligentes

Avalancha de mensajes comerciales

Nuevos líderes de opinión

Pérdida de credibilidad de los medios tradicionales

Clientes en red

Factores que están transformando el modelo de comunicación empresarial

Las empresas no comunican, sólo informan