



Para más contenido como este visita: [gabolopez.net](http://gabolopez.net) – IG: gabolopeznet.

# Resumen de Crushing it!- Gary Vaynerchuk

## Introducción

El libro es una síntesis de los principios fundamentales a tener en cuenta al momento de crear contenido para hacer crecer una marca personal, basada en nuestra pasión y poder generar ingresos a partir de esta como un influencer o simplemente aumentando el alcance del negocio en particular.

Está lleno de historias inspiradoras de éxito de personas comunes que siguieron estos principios en el libro anterior, *Crush it!*, 2009, al igual que casos prácticos y procedimientos con pasos específicos y detallados para aplicar ahora mismo a las plataformas más importantes de medios sociales disponibles en la actualidad.

## I – Entusiásmate

### Capítulo 1 - La ruta es toda tuya

En el año 2009 no estaba bien definido el termino Influencer Marketing, la promoción y venta de productos y servicios a través de influencers. Cuando se llega a tener una marca personal tan fuerte que te conviertes en un influencer que atrae a una audiencia grande en las redes sociales las marcas se ofrecerán para pagarte para asistir a eventos, tomarte selfies con productos o hablar de servicios.

Es un hecho que las personas pasan cada vez menos tiempo en medios tradicionales y más tiempo consumiendo contenido en línea, por lo que las marcas han triplicado la cantidad de dinero que gastan para promocionarse en las redes sociales. El marketing influyente es la TV 2.0.

Un principiante con 1000 seguidores en Instagram podría ganar alrededor de \$5000 por año solo con 2 publicaciones por semana, y diez mil seguidores podrían generar casi \$20,000 por cada año. Imagina las ganancias si ese Instagrammer publicara con más frecuencia. El salario medio para los empleados de EE. UU. es de aproximadamente \$51,000. Puedes ganar eso como un gerente de oficina, o puedes ganar la misma cantidad creando tu propio negocio construido alrededor de algo que amas más que a nada en el mundo.

Este libro es una celebración para todas las personas que han puesto en práctica los principios de Crush it! y han visto el éxito masivo como retorno. Hay historias de artistas, profesionales del fitness, bloggers de moda, consultores de marketing, pero también escuchamos de un dentista, un planificador financiero, un entrenador de perros, un planificador de convenciones LEGO, y un propietario de negocio de cambio de aceite de lubricación rápida para autos, entre decenas de otros. Muchos comenzaron jóvenes y solteros, pero algunos ya tenían niños cuando decidieron ponerse en acción y aplastarlo. Varios renunciaron a trabajos lucrativos para dedicarse a su pasión. Lo que esto debería decirte es que si no estás aplastándolo (Crushing it!), no es porque eres demasiado viejo o pobre o tienes muchas otras responsabilidades. Es porque aún no te has comprometido completamente a dar el salto. Estás creando excusas, exigiré tomar grandes riesgos. Ocuparé toda tu capacidad mental, tu tiempo y tu ocio. Vas a comer M durante mucho tiempo, pero lo prometo, los sacrificios valdrán la pena. Yo también te prometo que una vez que hayas desarrollado una marca personal robusta, podrás disfrutar de tanto o tan poco tiempo libre como desees, porque tendrás el control total de tu propia vida.

Solo tienes que tomar la decisión de hacerlo realmente. Sé optimista, muestra paciencia, cierra la boca y ejecuta.

## Capítulo 2 - Lo que aún importa

Se debe crear una base sólida para nuestro pilar de contenido: Intención, autenticidad, pasión, paciencia, velocidad, trabajo y atención.

### Intención

Todos los casos de éxito rotundo comparten 3 características:

- Un compromiso por servir
- Un deseo de proporcionar valor
- Un amor por la enseñanza

Hay muy pocos totalmente desinteresados, son humanos y tienen sus propios deseos y necesidades egoístas, pero se debe buscar tener más del 51% de altruismo comparado con el egoísmo. Si tu motivación principal es el dinero, será muy difícil triunfar, ya que la gente huele cuando alguien quiere solo su dinero, y reaccionan con fuerte rechazo, lo cual impide el avance. En lugar de eso, el enfoque de los que están en el tope ha sido ayudar a los clientes a resolver problemas. La fuente de su éxito radica en la cantidad que a ellos LES INTERESA (CARE).

Sigue siendo la mejor estrategia de marketing de todos los tiempos.

### Autenticidad

Tu intención se reflejará en tu autenticidad. Serás mil veces más exitoso si te despiertas ansioso por compartir y crear algo porque crees que el mundo lo disfrutará en lugar de porque has calculado que esto es lo que debes hacer para convertirte en una celebridad de Instagram. No intentes fingirlo.

Eventualmente, serás visto como lo que eres. Cuanto más auténtico seas, más personas estarán dispuestas a perdonar tus inevitables errores y tropiezos.

## Pasión

Estamos en esta tierra por poco tiempo, y la mayor parte de nuestros días de adulto se gastan en el trabajo. Vale la pena seguir los pasos necesarios para asegurarse de que esas horas sean tan gratificantes, productivas y agradables como sea posible.

Cuando te apasiona lo que le estás ofreciendo al mundo, la calidad de tu producto y tu contenido es más probable que sea lo que se necesita para ser notado, valorado y que se hable de ello.

La pasión es protectora, salvándote cuando sientas la amenaza de sentirte abrumado por el estrés y la frustración que es un subproducto natural del espíritu emprendedor. La pasión es tu generador de energía de repuesto cuando todas sus otras fuentes de energía comiencen a agotarse.

## Paciencia

La pasión y la paciencia van de la mano. Para vivir en línea con tu pasión probablemente requiera que vayas más lento de lo que desearías.

Consejos: Reinvierte en tu negocio cada centavo que ganes, come M por el tiempo que tengas que hacerlo, no te tomes muchas vacaciones, tu tiempo libre es para días feriados importantes para estar con tu familia, se paciente, se metódico, paga tus deudas, vive simplemente. Una vez hayas alcanzado tu marca y objetivos comerciales, entonces comienza a disfrutar al máximo.

## Velocidad

La paciencia es para el largo plazo; la velocidad es para el corto plazo. La presión que se genera entre los dos produce el diamante.

Hay que ponerse en acción rápidamente, utilizar el tiempo sabia y eficientemente. No temer a los errores, porque de esos se aprende.

## Trabajo

Hay muchas personas que parecen estar haciendo todo bien, pero expresan frustración por no conseguir sus objetivos. Al ver más de cerca todavía están jugando golf o viendo series de TV. Cuando se está comenzando no hay tiempo para el ocio, no hay tiempo para Youtube, hablar boberías en el cuarto de descanso o tomarse hora y media para almorzar.

Tienes que decidir cómo vas a usar tu tiempo. Comienza bloqueando las horas que debes dedicar a tus obligaciones: tu trabajo, tus hijos, tu cónyuge, tu madre anciana. Si eres serio acerca de aplastarlo, cada minuto no gastado en esas obligaciones debería utilizarse produciendo contenido, distribuyendo contenido, interactuando con tu comunidad o participando en el desarrollo de negocios.

¡Haz cosas! Crea contenido diariamente. Desarrolla negocios diariamente. Reúnete con dos o tres personas al día que puedan darte conocimiento, distribución o ventas, de alguna manera acercarte a tus metas. Envía mensajes directos a personas en Instagram con ofertas para colaborar. Deberías estar haciendo estas cosas doce, quince horas por día. Si no estás dispuesto a hacer la rutina, por el amor de Dios, no te quejes cuando tu negocio no crezca tan rápido o sea tan grande como lo deseas.

## Atención

Tienes que prestar atención a todo. La gente siempre ha ignorado o subestimado lo nuevo, de la radio a la televisión, de Internet a las redes sociales. Se debe estar siempre actualizado y pendiente de a dónde está yendo la atención de las personas y no tener miedo a experimentar en esos sitios.

Estos 7 elementos son importantes, pero hay un 8vo elemento que es fundamental.

## Capítulo 3 - El octavo elemento esencial - Contenido

El producto y el contenido correctos son clave para construir una marca personal vibrante. La forma de hacerlo bien en todas las plataformas sociales es definir una para crear el contenido pilar, y a partir de este contenido crear piezas de micro contenido para cada una de las otras plataformas, específicamente adaptado a estas.

El contenido que se crea debe ser increíble, debe aportar información y conocimiento que las personas no puedan conseguir fácilmente y además debe hacerse de una forma única y memorable. Esto puede sonar paralizante, pero la solución es que no se debe esperar hasta ser un experto para arrancar. Se debe comenzar cuanto antes a documentar el proceso de aprendizaje.

## Documenta, no crees

En 2009, dediqué solo tres líneas a la idea de que "incluso se puede hacer al proceso de aprendizaje parte de su contenido." Fue secundario, una posible solución si eran jóvenes o todavía estaban creando credibilidad. Desde entonces me he dado cuenta de que, en realidad, el proceso de aprendizaje debe ser tu contenido. Eso significa que no es un problema si tienes más pasión que experiencia. Nuestros iconos más queridos no son los que han nacido con riqueza y privilegios y la mantuvieron. Son los que comenzaron testeando en sus sótanos, que vendieron productos de la parte trasera de sus automóviles, que se levantaron, cayeron y volvieron a levantarse.

Si pudiera dar un consejo a mi propio ser a los diecisiete años, le diría que encendiera la videocámara y capturara cada minuto de su entrenamiento.

No está bien ser manipulador; está bien ser un novato. Espero que entiendas la diferencia. Es emocionante ver a alguien que reflexiva, estratégica e inteligentemente se convierte en un profesional.

Si quieres ser el mejor, tendrás que trabajar en eso, pero evita ser un perfeccionista. La perfección no existe; es totalmente subjetiva. Nos ganamos el respeto y la lealtad de las personas cuando les dejamos vernos de cerca y sucios. Sabiendo que debería aliviar cualquier percepción errónea de que tienes que

comenzar este proceso completamente formado. Recuerda, hubo un momento en que Kobe y Beyoncé todavía tenían que usar sus apellidos.

## Capítulo 4 - Que te detiene?

Hay mil y un excusas para no empezar, pero como lo demuestran los casos de éxito del libro, la gran mayoría de estos no tenía ingresos altos, y tenía muchos problemas o responsabilidades y aun así lo lograron.

Todas las razones que las personas usan para justificar por qué ellos no están haciendo lo que dicen que quieren, se resumen a uno de los tres tipos de miedo, cada uno de los cuales requiere una respuesta diferente.

### Miedo al fracaso

Lo que realmente tienen es miedo a ser juzgados por personas cuyas opiniones significan algo para ellos.

Es cierto, eso sucede, pero hay que ser fuerte y buscar una solución para eso, un psiquiatra, yoga, hipnotizador, lo que sea necesario para calmar los nervios y aprovechar el momento. Dejar de preocuparte por lo que piensen los demás.

La solución es usar la buena comunicación, enfrentar el problema, y pedir de buena manera a estas personas su apoyo. Independientemente de cómo respondan, comenzar. Si estás dispuesto a trabajar como nunca para lograrlo, no vas a decepcionar a nadie.

### Miedo a perder el tiempo

El trabajo tradicional de 9 a 5 no va a ir para ningún lado. Si lo intentamos y no funciona podemos volver a eso luego.

No se puede saber si una plataforma a la que se le dedica tiempo va a crecer o se va a morir, para eso saber eso hay que probar. De todas formas se aprende mucho de las que no funcionen al final.

Si se le dedica tiempo a intentar crear algo que mejore tu vida y al final no funciona, no se le puede llamar desperdicio de tiempo si lo que se sacrificó fue tiempo de ocio o inactividad. Vale la pena intentarlo.

### Miedo a parecer vano

No te preocupes por parecer vano. Aprovéchalo. A los emprendedores inteligentes no les importa lo que piensen los demás. Te verás como un cretino por un tiempo mientras que caminas con una cámara constantemente apuntando a tu cara, pero todos se ven como un cretino cuando intentan algo nuevo.

## Capítulo 5 - La única cosa que necesitas darte para aplastarlo

### Permiso

Cuando se trata de oportunidades profesionales, este es el mejor momento para estar vivo en la historia de la humanidad y no quiero que nadie lo desperdicie.

Hay tantas cosas en la vida que son incontrolables, pero nuestra felicidad no tiene que ser así, ni tampoco nuestras carreras. Podemos tener todo el control.

## II - Crea tu pilar

### Capítulo 6 - Primero, Haz Esto

Crea una página de negocios de Facebook!

Facebook no está obsoleto, Facebook llegará otra vez a los jóvenes, está actualizando su plataforma, invirtiendo millones, no apostar nunca en contra de Facebook.

### Capítulo 7 - Se descubierto

Cuando se está empezando y no se tiene dinero para promocionarse, lo mejor que se puede hacer es usar la colaboración. Mediante mensajes directos, ofrecer algo de valor a cambio de su atención. Es una estrategia larga y tediosa, requiere mucho trabajo. Pero lo bueno de eso es que por ser tediosa poca gente lo hace.

Pero hay que hacerlo bien para lograr buenos resultados, y aun así la gran mayoría te ignorará. Pero cuando se hace bien hecho el resultado puede ser increíble. Si los influencers ven una ventaja para colaborar contigo, permitiéndote publicar contenido en sus páginas, trabajar juntos para crear contenido, te contactarán de vuelta, de lo contrario dirán que no gracias, generalmente al no responder.

### Capítulo 8 - Musical.ly

Originalmente, permitía a las personas hacer videos de 15 segundos de sincronización de labios, haciendo públicas las imitaciones de estrellas de rock y el glamur que las generaciones anteriores solían hacer frente a sus espejos de cuerpo entero en el armario. Hoy la forma ha evolucionado para incluir música original, sketches cómicos e incluso mini videos educativos. Bailarinas, maquilladores, gimnastas, malabaristas, atletas, raperos, vloggers y personas de todo tipo que les gusta la atención, incluido Jiff the Pomeranian, están usando el medio para mostrar sus habilidades y estilo. Puedes crear contenido hasta por cinco minutos, compilar clips de video en historias y colaborar en dúos con otros musers.

Ahora tiene más 200 millones de usuarios, el 30 por ciento de los cuales pasan allí treinta minutos o más por día.

Literalmente no importa cuánto tiempo dura una plataforma. Lo que importa es que existe. Si estás buscando construir tu audiencia, ve adónde va la audiencia, donde sea que eso te pueda llevar.

Consume el contenido de la plataforma durante un par de semanas para tener una idea de lo que es atractivo para usuarios, luego planea estrategias para crear contenido que penetre con éxito ese mercado. Conócelo y pon tus recursos en él. No todos. Sólo algunos. Más si te sientes cómodo con la plataforma, menos si decides que no es para ti.

Descarga cada nueva plataforma social, pruébala y entiéndela. Déjala si no funciona para ti o no logras sentirte cómodo, pero nunca rechaces nada sin educarte primero acerca de eso (que es un buen consejo para algo como, la vida).

## Capítulo 9 - Snapchat

Snapchat tiene 173 millones de usuarios activos diarios (DAU).

Sus fundadores lo concibieron como el anti- Facebook, una aplicación para compartir fotos con contenido espontáneo, imperfecto y no permanente. Abordaba dos realidades universales adolescentes: (1) No quieres pasar el rato donde tu madre lo hace, y (2) Quieres trancar tu habitación.

Debido a que los adultos no lo entendieron, y porque las imágenes se "Autodestruyen" de uno a diez segundos después de ser abiertas, y tenía la opción de dibujar y escribir texto o leyendas encima de las imágenes, los niños vieron rápidamente su potencial como los mensajes de texto 2.0, más libre, menos curado y un lugar menos peligroso que otras plataformas para compartir y expresarse creativamente.

Hoy, la aplicación Snapchat te permite publicar videos y fotos y ha agregado todo tipo de extras, como filtros, geofiltros, lentes, emojis y herramientas de edición de video como cámara lenta.

La adición de Memories, que almacena su contenido en los servidores de la aplicación, hizo que Snapchat cediera al deseo humano de guardar y volver a visitar los momentos importantes de nuestras vidas.

La adición que cambia el juego y la que resultaría tener la mayor influencia sobre los influencers, fue las Stories, una función que te permite vincular una serie de videos y fotos para contar una narrativa más larga, visible para toda la comunidad de Snapchat durante veinticuatro horas.

Snapchat es simplemente un canal que captura esa realidad sin adornos. La única razón por la que algunas personas piensan qué lo que se comparte es tonto es porque está en una pantalla, y hemos sido condicionados a pensar que cualquier cosa en una pantalla tiene que ser producido y ejecutado perfectamente. En Twitter se espera que seamos inteligentes o políticamente astutos y perspicaces. Facebook es donde presumimos nuestras familias y vacaciones. En Instagram construimos relaciones a través de imágenes y videos cortos. Snapchat, sin embargo, es donde ponemos nuestro contenido desechable. Es un alivio para muchos porque exige poco de los creadores de contenido o usuarios. Eliminó la gran barrera para muchas redes sociales, que es la ansiedad de preguntarte qué vas a publicar a continuación, si será bien recibido, y si podría volver a perseguirte un día. Con la libertad de publicar cualquier cosa, la gente puede experimentar y sentirse cómodo construyendo sus marcas personales sin temor a repercusiones.

Snapchat, por otro lado, es una entidad propia. Puedes usarlo para romper con la narrativa familiar y mostrar lados de ti mismo que simplemente no existen en ningún otro lugar.

Snapchat suele estar entre las cinco primeras plataformas más utilizadas. Eso significa que no es una plataforma irrelevante, y ningún influencer es demasiado bueno para esta.

Lo que hay que recordar es que nadie es famoso solo en Snapchat. Por la naturaleza temporal de la mayoría del contenido, la única forma de permitirlo vivir lo suficiente para que las personas te descubran y se familiaricen contigo es polinizarlo con otras plataformas.

## Capítulo 10 - Twitter

La estrategia para construir una marca en Twitter ha cambiado poco en nueve años.

La charla constante y el volumen masivo han sido geniales para la difusión de ideas, lo cual es bueno para influencers y medios de comunicación, pero el exceso de chat también ha dificultado que las personas se desarrollen como personalidades de Twitter.

En Twitter, en un instante puedes sumergirte en cualquier conversación sobre cualquier tema: cocina, espacio exterior, vino, zapatillas de deporte, política, patinetas. Hecho sabiamente, este compromiso obliga a las personas a buscar tu contenido en otro lugar.

Twitter te da la oportunidad de conectar con personas en tu órbita de una manera que ninguna otra plataforma lo hace. Es un proceso lento y requiere una inmensa cantidad de trabajo, pero si estás dispuesto a hacerlo y tu contenido es especial, deberías ver una muy buena recompensa.

### Ventajas de Twitter

Es un directorio completo y confiable

Su función de retweet ofrece una oportunidad para crear conciencia inmediata.

Es acogedor para la palabra escrita e imágenes, lo que les da a los creadores de contenido flexibilidad y margen para aumentar el volumen de su storytelling.

En Twitter, siempre estás a un solo comentario de ser notado y hacerte un nombre, así que cuantas más veces tengas la oportunidad de hablar, mejor.

## Capítulo 11 - Youtube

Por favor, aunque no pienses que eres material de video, dale una prueba a la plataforma. Muchas personas no se ven a sí mismas como valiosos para la cámara, pero el vlogging y la documentación no requiere que seas glamoroso o hermoso. ¿Has visto lo que hay afuera? Aparte de los bloggers de belleza, los culturistas y los ídolos del pop en alza, en otras palabras, aparte de todos en una industria donde tu aspecto realmente importa, todos en YouTube son bastante ordinarios.

El vlogging es una excelente manera de documentar en lugar de crear, lo que significa que, literalmente, cualquiera puede hacerlo. No es necesario ser habilidoso para salir en esta plataforma porque, recuerda, cuando documentas y no creas, puedes aprender a medida que avanzas. No tienes que ser un experto (todavía). No tienes que ser exitoso (todavía). Lo único que realmente tienes que hacer es hacer interesante el camino para llegar allí.

Nunca decidas por ti mismo que los videos sobre ti o las cosas que te gusta hacer no serán atractivos para cualquier otra persona. Deja que el mercado decida. Confía en mí, será honesto contigo.

YouTube ha creado más riqueza y más oportunidades en el modelo de Crush It! que cualquier otra plataforma hasta la fecha. Sin duda es la plataforma más importante para construir una marca personal, aunque Instagram está cerrando la brecha con rapidez. Podría tomar el lugar de la televisión. Cada vez más personas están transmitiendo YouTube a sus pantallas de televisión.

Desde hace un par de años, los primeros usuarios conocedores de la tecnología han estado viendo YouTube en sus televisores. Muy pronto, todos lo harán, y la próxima generación no verá ninguna diferencia entre los dos. YouTube será la televisión; la televisión será YouTube. YouTube es un monstruo.

## Capítulo 12 - Facebook

Facebook sigue siendo el monstruo del juego de los medios sociales, una plataforma a la par con YouTube para la construcción de marca personal y creación de riqueza. Eso puede ser una sorpresa para algunos lectores. Facebook a menudo es considerado como la plataforma anticuada, el lugar donde los Boomers y la Generación X comparten fotos de sus familias y llenan cuestionarios para descubrir a qué personaje de Games of Thrones se asemejan más, no es el lugar donde la generación joven está gastando su tiempo y dinero. Eso simplemente no es el caso. Aquí está la realidad: si vas a construir una marca personal e intentar monetizarla, tienes que tener una página de Facebook. Punto. Tiene casi 2 mil millones de usuarios activos mensuales, más de la mitad de los cuales lo usan a diario. Hay 1.15 mil millones de usuarios activos diarios en dispositivos móviles. Si lo estás aplastando en Snapchat, YouTube, o Instagram, pero no tienes una estrategia de Facebook a todo gas, estás limitando severamente tu potencial y crecimiento.

Facebook te da el regalo de la flexibilidad. El contenido escrito y las fotografías no funcionan en Youtube. Instagram permite videos de máximo un minuto en la página principal de un usuario en el momento de escribir esto. No hay manera de que el contenido escrito largo gane terreno en Snapchat, pero en Facebook una publicación de blog de trece párrafos funcionará. Puedes publicar fotos, y funcionarán. Puedes incrustar una reproducción de audio de SoundCloud y funcionará. Un video de trece segundos funcionará. También lo hará un video de treinta minutos. Facebook ofrece completa y absoluta flexibilidad creativa y tiene el mejor producto de orientación publicitaria jamás creado. Nadie es demasiado bueno para Facebook. Si aún no lo has hecho, ve a Facebook ahora mismo y registra tu página de fans.

## Capítulo 13 - Instagram

Con excepción de YouTube, Instagram ha creado más personas famosas que ninguna otra plataforma. La importancia de la plataforma se duplicó con el lanzamiento de Instagram Stories en agosto de 2016.

Hay muchas características que hacen de Instagram un requisito para cualquier naciente influencer o emprendedor. Puedes publicar para la posteridad, o puedes publicar para una gratificación instantánea. Puedes dibujar, filtrar, subtítular y etiquetar. Aunque la característica está actualmente disponible solo para cuentas verificadas, pronto podrás agregar enlaces a tus publicaciones, un simple

movimiento que abrirá la puerta de entrada a oportunidades para conducir personas a tu otro contenido, ya sea en tu sitio web, tu blog u otras redes sociales.

Cualquiera que desee construir una marca personal debe estar en Instagram. Crea un perfil ahora, o laméntalo en los próximos años.

Excelentes técnicas para desarrollar negocios con instagram en este video de su blog: [GaryVee.com/GVBizDev](http://GaryVee.com/GVBizDev)

## Capítulo 14 - Podcasts

Los podcasts son un regalo del cielo por dos razones:

1. La mayoría de la gente no se siente cómoda en cámara. Los podcasts son menos intimidantes.
2. Los podcasts venden tiempo, la gente puede escuchar un podcast mientras hace otra cosa, lo que no se puede hacer con video.

Al momento de este escrito, no hay formas originales y creativas para construir una marca personal dentro de las plataformas de podcast que no sean producir el mejor contenido que puedas. Tendrás que promocionar tu programa a través de tus otros canales de redes sociales y alentar relaciones simbióticas con otros que tengan plataformas más grandes que tú.

## Capítulo 15 - Voz Primero (Voice-First)

Estamos a punto de hablar de una innovación tecnológica que estoy absolutamente seguro transformará cómo el mundo consume contenido. Se llama Voice-First, y cualquiera que esté construyendo actualmente una marca personal necesita aprender rápido y temprano. Sus plataformas son el equivalente a una propiedad frente a la playa de Malibu aún por descubrir, al igual que Twitter en 2006, Instagram en 2010 y Snapchat en 2012.

En 2016, Google reveló que el 20 por ciento de las búsquedas en su aplicación móvil y los dispositivos Android se hacen por voz. 1 Ese número solo va a subir, rápido.

A partir de este momento, hay dos jugadores clave: Amazon Alexa, usado a través de un dispositivo llamado Echo y Google Assistant, reproducido a través de su dispositivo Google Home. Microsoft, Apple, Samsung y otros se están preparando para hacer sus respectivos lanzamientos en el espacio con plataformas propias.

La pasión que he desplegado en Alexa Flash Skills es la misma pasión que yo tuve con Twitter y YouTube en 2008 cuando escribí la madre de este libro, Crush It!, cuando las masas no sabían de qué diablos estaba hablando.