

Introducción al comercio electrónicos y al marketing por internet para emprendedores.

Networking

Ramón Añaños
SATIpyme Zaragoza

¿Que aspectos/ áreas de gestión podemos distinguir en una tienda online?
¿Cual crees que es más importante?

- 1.- Un modelo que aporte valor a un número significativo de posibles clientes
- 2.- Orientación a la fidelización
- 3.- Una tienda online es, ante todo una tienda.
- 4.- Excelencia en la ejecución técnica: usabilidad, tecnología, visibilidad, logística, marketing ...

La función del marketing es conseguir que las personas que tienen una determinada necesidad o problema, nos conozcan y les gustemos, hasta el punto que quieran confiar en nosotros... repetidamente

La función del marketing es conseguir que las personas que tienen una determinada necesidad o problema, nos conozcan y les gustemos, hasta el punto que quieran confiar en nosotros... repetidamente

Planteamiento
Estratégico

Prospección
Visibilidad

Negociación

Venta

Fidelización

**Planteamiento
Estratégico**

**Prospección
Visibilidad**

Negociación

Venta

Fidelización

**Planteamiento
Estratégico**

- Conocer el mercado en el que vamos a actuar
- Delimitar nuestro mercado
- Definir nuestra identidad y nuestro posicionamiento
- Definir nuestros productos y servicios
- Identificar los canales a utilizar y sus peculiaridades

**Planteamiento
Estratégico**

**Prospección
Visibilidad**

Negociación

Venta

Fidelización

**Prospección
Visibilidad**

- Que los clientes que no me conocen, me conozcan
- Que mi marca adquiriera notoriedad, asociada a determinados valores.
- Transmitir qué hago, cómo lo hago, en qué condiciones... ¡qué tengo de especial!
- Que quien me necesite, sepa donde estoy-como contactar

**Planteamiento
Estratégico**

**Prospección
Visibilidad**

Negociación

Venta

Fidelización

Negociación

- Establecer contactos comerciales
- Conocer las necesidades específicas del cliente con el que estoy tratando.
- Adaptar adecuadamente mi oferta a cada caso concreto.
- Generar el deseo de poseer el producto o servicio
- Propiciar un clima de relación adecuado que genere simpatía y confianza
- Proponer exitosamente la contratación

¿Qué le pedimos al marketing?

**Planteamiento
Estratégico**

**Prospección
Visibilidad**

Negociación

Venta

Fidelización

Venta

- Entregar el producto o servicio superando las expectativas del cliente
- Generar una experiencia memorable

**Planteamiento
Estratégico**

**Prospección
Visibilidad**

Negociación

Venta

Fidelización

Fidelización

- Que los clientes perciban que una vez entregado el producto o servicio, siguen siendo importantes para nosotros.
- Mantener con ellos un clima de afecto y confianza.
- Conocer el grado de satisfacción de los clientes con nuestros productos o servicios entregados.
- Estar al tanto de nuevas necesidades de los clientes e informarles de como podemos seguir ayudándoles.
- Facilitar que nos puedan recomendar.

¿Qué le pedimos al marketing?

¿Cuáles son las herramientas de marketing tradicional que usamos para conseguir estos efectos?

¿Cuáles son sus carencias?

¿En que me puede ayudar el marketing online?

¿Cuáles son las herramientas de marketing tradicional que usamos para conseguir estos efectos?

¿Cuáles son sus carencias?

¿En que me puede ayudar el marketing online?

Planteamiento Estratégico	Prospección Visibilidad	Negociación	Venta	Fidelización
<ul style="list-style-type: none">• Conocer el mercado en el que vamos a actuar• Delimitar nuestro mercado• Definir nuestra identidad y nuestro posicionamiento• Definir nuestros productos y servicios	<ul style="list-style-type: none">• Que los clientes que no me conocen, me conozcan• Que mi marca adquiera notoriedad, asociada a determinados valores.• Transmitir qué hago, cómo lo hago, en qué condiciones... ¡qué tengo de especial!• Que quien me necesite, sepa donde estoy-como contactar	<ul style="list-style-type: none">• Establecer contactos comerciales• Conocer las necesidades específicas del cliente con el que estoy tratando.• Adaptar adecuadamente mi oferta a cada caso concreto.• Generar el deseo de poseer el producto o servicio• Generar un clima de relación adecuado que genere simpatía y confianza• Proponer exitosamente la contratación	<ul style="list-style-type: none">• Entregar el producto o servicio superando las expectativas del cliente• Generar una experiencia memorable	<ul style="list-style-type: none">• Que los clientes perciban que una vez entregado el producto o servicio, siguen siendo importantes para nosotros.• Mantener con ellos un clima de afecto y confianza.• Conocer el grado de satisfacción de los clientes con nuestros productos o servicios entregados.• Estar al tanto de nuevas necesidades de los clientes e informarles de como podemos seguir ayudándoles.• Facilitar que nos puedan recomendar.

Marketing Tradicional

- Indiscriminado
- Masivo
- Basado en la interrupción
- Inoportuno
- Unidireccional

- Poco administrable: no medible, no dosificable.
- Ciego, Tonto
- Caro
- Inaccesible para pequeñas empresas: economías de escala.
- Manual

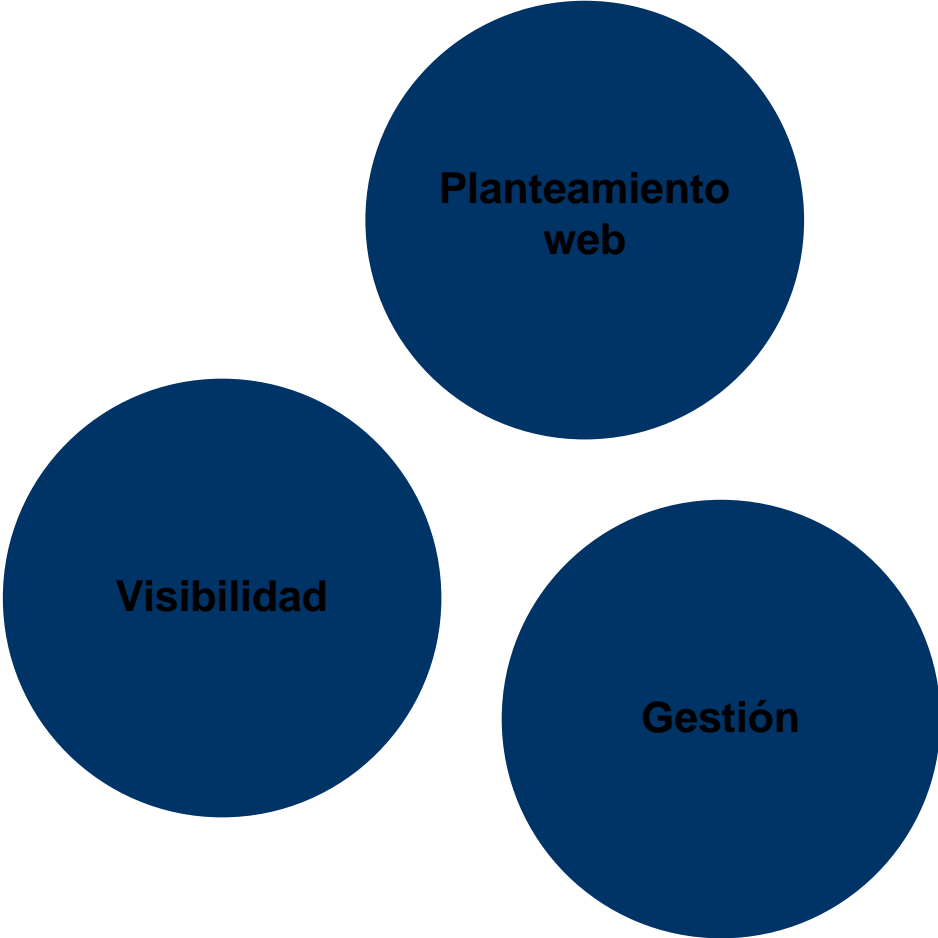
Marketing Online

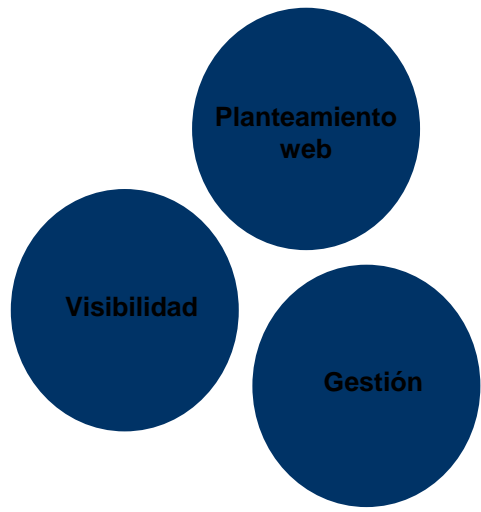
- Preciso, relevante, personalizado

- Basado en el permiso
- Oportuno: en modo búsqueda
- Interactivo, transaccional y bidireccional. Apto para la conversación.
- Muy administrable: medible, dosificable.

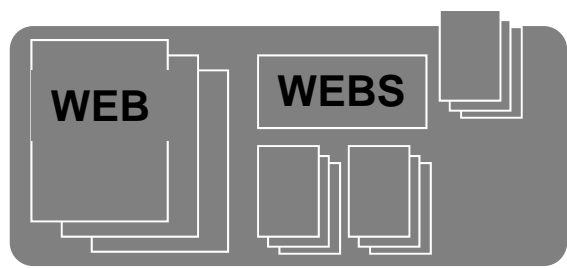
- Inteligente: Admite muchos matices.
- Barato
- A la medida de cada usuario.

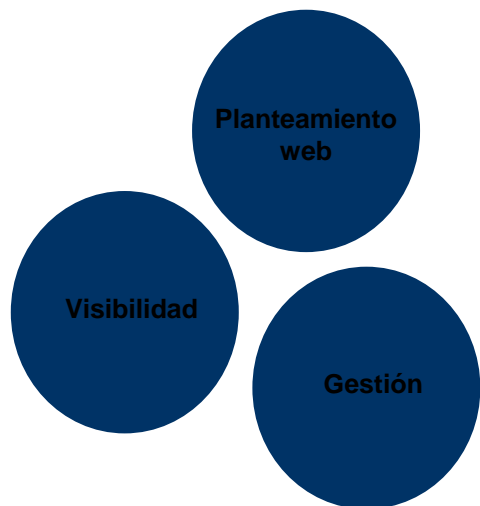
- Automatizable





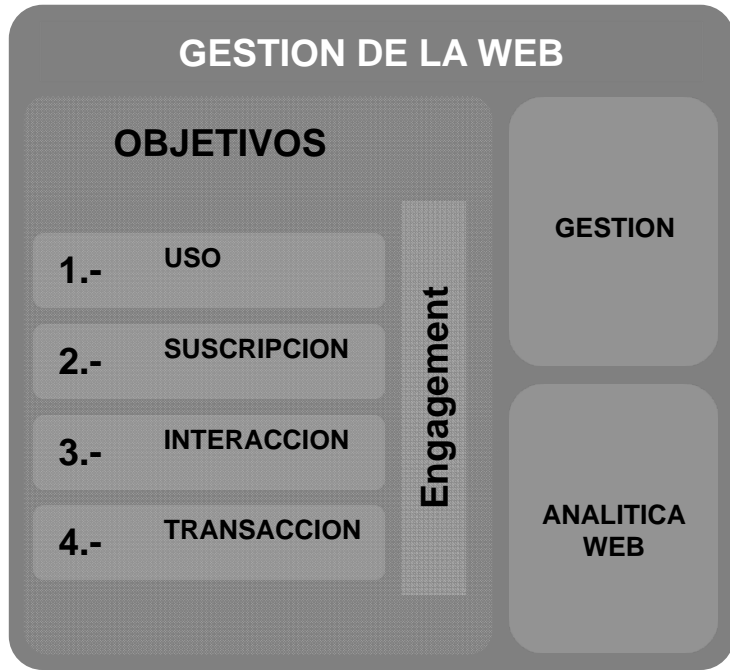
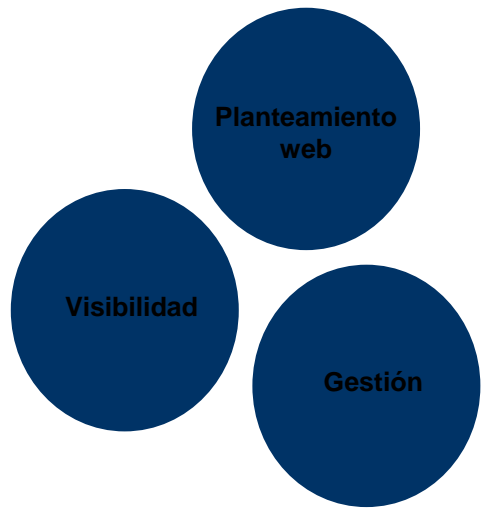
- Estrategia de la empresa
- Estrategia de marketing (plan de marketing)
- Estrategia Internet (plan de marketing en internet)





CAPTACION DE TRAFICO

- 1.- POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES
- 2.- PUBLICIDAD GRÁFICA
- 3.- PUBLICIDAD CONTEXTUAL
- 4.- MARKETING DE PERMISO EMAIL MARKETING
- 5.- MARKETING DE REDES SOCIALES
- 6.- OTRA PUBLICIDAD



Planteamiento general de una estrategia de presencia en Internet

Estrategia de la empresa

Estrategia de marketing
(plan de marketing)

Estrategia Internet
(plan de marketing en internet)

WEBS



CAPTACION DE TRAFICO

- 1.- POSICIONAMIENTO EN BUSCADORES
- 2.- PUBLICIDAD GRÁFICA
- 3.- PUBLICIDAD CONTEXTUAL
- 4.- MARKETING DE PERMISO
EMAIL MARKETING
- 5.- OTRA PUBLICIDAD
- 6.- MARKETING SOCIAL

GESTION DE LA WEB

OBJETIVOS

- 1.- USO
- 2.- SUSCRIPCION
- 3.- INTERACCION
- 4.- TRANSACCION

Engagement



GESTION

ANALITICA
WEB