

52 Tips

Cómo promocionar su negocio por Internet

Autor: José Luis Vinante

Contenido

Introducción: qué hacer en este mundo cambiante.

- 01 – Cuál es el principio fundamental para cambiar?
- 02 – Cómo serán las cosas en el futuro. La realidad.
- 03 – Ideas para establecer una buena comunicación.
- 04 – Fórmula “puedo, lo haré”
- 05 – Razones por la cual debe estar presente en la Red
- 06 – Ideas para mejorar lo que ahora está haciendo.
- 07 – El secreto para lograr lo que se propone.
- 08 – No espere ayuda, prodúzcala: 21 pasos básicos
- 09 – Haga que las cosas sucedan.
- 10 – Productos a vender en Internet
- 11 – Propósito estratégico. Ventajas competitivas claras.
- 12 – Cómo escribir sus mensajes de venta.
- 13 – Qué es un plan de negocios? Qué es un plan de marketing?
- 14 – Descubra algo exitoso y repítalo en otra parte.
- 15 – Descubra quien tiene enlaces, hipervínculos hacia su web.
- 16 – Qué hacer con sus ideas. Cómo procesarlas.
- 17 – Cómo crear su propio producto y ganar el 100 %.
- 18 – Preguntas básicas para conocer su mercado.
- 19 – Comercialización: que hacer, que saber, que entender.
- 20 – Qué hacer para que los mensajes de venta funcionen.
- 21 – Qué tipos de e-commerce le conviene realizar?
- 22 – Cómo descubrir y conocer a su competencia.
- 23 – Cómo diferenciarse de la competencia y ser “único”
- 24 – Cuánto invertir para crear y promocionar un negocio online?
- 25 – Qué saber para ser exitoso en la venta.

- 26 – Cómo organizar un programa de revendedores en Internet.
- 27 – Comportamientos de Marketing Creativo.
- 28 – Cómo subirse a la ola del futuro y conseguir mas ventas.
- 29 – Cómo crearse un nombre y marca en el mundo de Internet.
- 30 – palabras irresistibles que atraen
- 31 – Secretos para formular una estrategia exitosa en Internet.
- 32 – Cómo diseñar un sitio web para retener visitantes.
- 33 – Estrategia de venta que produce resultados: marketing viral.
- 34 – Qué alternativas de pago puede ofrecer en su web.
- 35 – Qué necesita para desarrollar un negocio en Internet.
- 36 – Mi web tiene visitantes pero no vende. Qué hago mal?
- 37 – Clasificados Gratis: 55 links para insertar anuncios en español
- 38 – Vender, ser rentable y generar fondos: función del webmaster.
- 39 – Contenido web: atractivo, útil y necesario.
- 40 – Qué motiva al visitante a no irse inmediatamente?
- 41 – Qué prefieren los navegantes de Internet?
- 42 – Cómo ganar confianza y credibilidad?
- 43 – 8 errores a evitar al crear su sitio web.
- 44 – Buscadores: palabras claves. Qué son y que importancia tienen?
- 45 – Buscadores: Meta Tag. Qué es y que importancia tiene?
- 46 – Buscadores: La importancia del título
- 47 – Buscadores y subidores automáticos.
- 48 – Directorios, motores de búsqueda, Metabuscaros. Para qué sirven?
- 49 – Buscadores: datos que debes tener antes de comenzar la inscripción.
- 50 – Qué debe entender sobre la publicidad en Internet?
- 51 – La publicidad y la nota de prensa. Cómo se escribe.
- 52 – Características de la publicidad en Internet.

Introducción

Comienzo por felicitarte. El hecho de estar en poder de este e-libro es que ha decidido entrar en el grupo de las personas que se adaptan a los cambios. Usted sabe que quienes no lo hacen corren el riesgo de extinguirse como sucedió en los comienzos de la vida de este planeta.

Los cambios son verdaderos desafíos que tenemos que enfrentar tanto los ciudadanos, los emprendedores, como las empresas que pretendan sobrevivir.

Veamos, mirando la historia, cómo se cumplió la sobrevivencia al comienzo de la vida de este planeta. Básicamente, hubo dos pasos consecutivos para la sobrevivencia a lo largo de las edades:

- 1- Primero, ajústese al medio de su existencia.
- 2- Habiéndose primero ajustado, mejore constantemente lo que usted entonces es.

En las edades prehistóricas y durante toda la evolución de la vida animal y vegetal, solo sobrevivieron los animales y las plantas que se ajustaron a su medio cambiante.

Internet crece con tanta rapidez que el impacto económico, político y social que produce ese crecimiento afecta todas las actividades humanas produciendo una verdadera revolución. Lo único permanente es el cambio.

Alto!!

Qué decisiones tomará hoy?

Qué planes ha preparado? Si no toma una decisión hoy, posterga para otro día el logro de lo que desea. Qué importa si la decisión es errónea? El día se perdió de cualquier forma. Si tomara una decisión errónea, al menos gana algo de la experiencia, pero si no toma decisión alguna, no gana nada.

¿Qué HACER?

- 1- Ajustese. Habiéndose primero ajustado, mejore algo. Empiece mejorándose! Mejore su eficiencia laboral porque “vender” no se refiere solo a vender productos sino también a vender su talento y sus habilidades.
- 2- Adaptarse. Es un concepto que no es aceptado por personas que solo se contentan con atraer la atención sobre si mediante su disconformismo. No vale discutir con estas personas. Solo es una percepción personal de los principios que se originaron con el comienzo de la vida en la tierra. La vida animal tuvo que ajustarse a vivir en el mismo medio con otros animales. Este ajuste consistió en ponerse a salvo ante el ataque o en derrotar a los otros animales en combate o en “unirse a ellos”, acomodándose de alguna manera que permitiera vivir juntos y en paz.
- 3- Introspección. El primer paso para empezar a cambiar es conocerse a sí mismo. Usted tiene que saber cuales son sus fortalezas y debilidades. Si son las mismas hoy que hace 4 años atrás, usted tiene motivos para preocuparse.
- 4- Interdependencia e integración. Toda persona que aspire a ser exitosa no debe considerarse a si misma como perteneciente a un país determinado, sino internacional. Miles de millones de dólares en activos financieros se manejan hoy online. Sucede que es mucho mas barato acceder a Internet que construir una nueva sucursal.
- 5- Humanizar las relaciones. Mucha gente que todo es cuestión de instalarse en la Red de Internet, los clientes llegarán y contratarán sus

servicios o comprarán sus productos porque sí. Nada más lejos de la realidad! La interacción debe humanizarse. Ganar amigos y potenciales clientes. Se trata de dar para recibir.

- 6- Establecer alianzas. Ya no es posible hacer todo solo. Se acabó el machismo empresarial. Hemos entrado en la era de las alianzas. Mire IBM. En 1980 actuaba prácticamente sola, no tenía alianzas. Actualmente actúa creando alianzas con diferentes empresas.

CONCLUSION

- Defina claramente lo que desea conseguir tanto para su vida personal, laboral, como para su emprendimiento.
- Concéntrese. Invierta energía en los objetivos establecidos.
- Modifique conducta y estrategias para lograr lo que quiere.
- Corrija lo que no está funcionando.
- Flexibilidad. Adaptarse a situaciones no planificadas.
- Persistencia. Nada reemplaza persistencia y determinación.
- Continuidad: No significa más de lo mismo, sino continuar en el cambio. Mejore los métodos, sea más útil y en consecuencia más valioso. Mejórese, mejore los productos y mejore los métodos.

01 – ¿Cómo se llega al triunfo?

Lo primero que usted tiene que entender

- Es que el éxito no depende que uno haya recibido la bendición de una buena inteligencia o de dotes especiales.
- Tampoco la educación formal adecuada ni el trabajo duro juega un papel importante en el triunfo de una persona.

Lo segundo en importancia

- Es que su único punto de poder es el momento actual.
- Visualice este ejemplo:
- Si quiere mover la silla en la que está sentado, solo puede hacerlo en el presente. Hasta su potencia física está limitada al ahora.
- No puede mover la silla en el pasado ni en el futuro.
- Puede lamentar no haberla movido ayer o la semana pasada.
- Puede planear moverla en algún momento en el futuro.

- Pero ni sus deseos ni sus pensamientos tienen importancia alguna
- Usted no tiene poder para cambiar físicamente el pasado. Si lo puede hacer en el momento actual. Así que éste es el momento de actuar.

Esto nos lleva a un tercer punto de importancia:

- Para lograr sus metas es cuestión de comprender y practicar hábitos sencillos que siempre conducen al triunfo.
- Estos hábitos o costumbres pueden ser aprendidos sin dificultad por cualquiera que esté dispuesto a emplear el esfuerzo necesario.

Una vida de triunfos no es mas que la suma total

- De muchos años de éxitos
- Un año de éxito no es mas que la suma total de muchos meses de éxito
- Un mes de éxito no es mas que la suma total de semanas de éxito y que
- Una semana de éxitos no es mas que la suma total de muchos días triunfales.

Un campeonato de fútbol no es ganado...

- Por el equipo que consigue ganar uno o dos partidos por goleada sino ganando los partidos aunque sea por la mínima diferencia.
- Una vez situados en los primeros puestos de la tabla, gracias a esos pequeños triunfos semanales, se está también en mejores condiciones de ganar por goleada, incluso al rival mas difícil.

Todo comienza hoy

- Para diseñar y controlar efectivamente su futuro, antes debe desprenderse de su pasado.
- Para asumir el mando de su vida debe comenzar con la pizarra limpia.
- ¿Cuál es la manera mas fácil de recorrer cien metros? ¿Tirando de un carro cargado con cien kilos de piedras o sin arrastrar impedimento alguno?

El principio fundamental para el triunfo en Internet

Existe una ley definitiva, esencial e inmutable de la naturaleza, el fundamento de la realidad:

- Las acciones tienen consecuencias

- Si yo empujo a alguien (acción) algo tiene que ocurrir.
- Es posible que la persona empujada se caiga, se tambalee o sienta, como mínimo, cierta presión.
- Es probable que reaccione furiosamente, que se vaya o que devuelva el empujón.

El hecho esencial es que esa persona no puede escapar a la realidad de mi acción por pequeñas que sean las consecuencias.

Por consiguiendo, estaré invitando a los problemas a entrar

- Si me engaño a mi mismo tratando de pensar que puedo empujar a alguien sin que esta acción tenga consecuencia alguna.
- Sin connotación religiosa alguna, estoy convencido que hay fuerzas universales que nos arrastran a obtener los resultados merecidos por nuestros actos.
- La bondad engendra bondad, la crueldad engendra crueldad.

Usted quiere vender algo por Internet

- Para lograr resultados tiene que lograr ACCION por parte de sus potenciales compradores
- Usted los estará “empujando” hacia algo.
- Si usted provoca la acción con buenas intenciones, habla con su “corazón” en sus mensajes de venta, si usted trabaja para convertir a los desconocidos en amigos y a los amigos en clientes, ese “empujón” producirá una reacción positiva.
- Si su acción, por ansiedad de obtener resultados rápidos, es enviar correo no solicitado, Spam, producirá receptores enfadados y ningún resultado comercial, porque ha invadido su casa y se ha introducido sin permiso.

Conclusión:

- **Saber lo que uno quiere.** Hay personas (todos nosotros las conocemos) que parecen perdidas en una niebla de confusión. Primero van por un camino, luego por otro. Intentan una cosa, y luego la dejan para hacer otra. Un día dicen “blanco” y otro día “negro”. Su problema es bien sencillo: no saben lo que quieren. No se puede acertar en un blanco si no sabe uno donde está.
- **En Internet está todo por hacer.** Internet está en su primera infancia. El hecho de leer este e-book me hace ver que usted ha visto el potencial para Internet, ha oído las historias de éxito de otros y ahora desea concentrarse en usted mismo, en su propia empresa online, en su propia creación.

El camino hacia el triunfo en Internet podría definirse así:

- Saber adonde quiere ir
- Empezar la acción
- Ver que resultados obtiene
- Mostrarse flexible para cambiar,
- Hasta alcanzar el éxito.

Cuanto mas recursos desarrolle, mas poder posee, cuanto mas poder siente a su disposición, mas y mas poderosos recursos y estados consigue usted desarrollar.

02- El hábito de la realidad: cómo serán las cosas en el futuro

Para llegar adonde quiere ir,

- Comience por plantar firmemente los pies en el sitio donde está.
- Para alcanzar rápidamente sus sueños y metas, necesita saber y aceptar la situación es que se encuentra, quien es y que ha hecho en la vida, pues la verdad universal es indiscutible: las cosas son como son.

El problema radica en que la realidad no es ni mas ni menos que la verdad, y,

- Como ya advirtió Baltasar Gracián, el penetrante y pragmático jesuita del siglo XVIII, “la verdad es odiada por las masas” que tratan de convertir en cierto, aquello que aman.

- El hecho es que la mayoría de las personas viven en un universo totalmente irreal.
- En su propia mente crean un mundo basado en la idea de que las cosas son como a ellos les gustaría que fueran y no como realmente son

Visualice esta situación:

- Tiene que cruzar un río caudaloso. La única manera es hacerlo sobre una serie de piedras resbalosas cubiertas de musgos. Esas piedras apenas sobresalen de la veloz corriente.
- En cuanto se empieza a cruzar se torna obvio que la mejor manera de pasar a la piedra siguiente es plantar con firmeza los dos pies en la que tiene abajo.
- Con ambos pies bien afirmados logra un máximo de equilibrio y estabilidad para hacer el movimiento siguiente.
- Su único punto de equilibrio es la roca que tiene abajo. En ese momento no hay mas alternativas ni posibilidades de estar en otra parte.
- Si se lamenta por las circunstancias, solo conseguirá distraer la atención de la tarea pendiente: llegar sano y salvo al otro lado del río. Si se pone en "víctima" y se pregunta que ha hecho usted para merecer esto, no hará sino aumentar las probabilidades de terminar cayendo al agua casi como para demostrar que es una victima digan de compasión.
- Si aparta su atención del punto donde está, reducirá las posibilidades de alcanzar el objetivo.
- Si trata de saltar velozmente de una roca musgosa a la siguiente, con toda probabilidad se encontrará en el agua, mojado y debatiéndose.
- Pero si mantiene su atención exactamente en el sitio donde está, deteniéndose para recobrar el equilibrio después de cada paso, con lentitud, firmeza y constancia, puede pasar de piedra en piedra, por muy resbaloso que sea el camino.

En –Internet sucede lo mismo:

Afirmar bien los pies donde está, planificar y aceptar deportivamente las situaciones que se presentan, no significa volverse complaciente.

Conclusión:

- Su estrategia deber ser concentrarse en el presente.
- Es esencial que comprenda intelectual y emocionalmente que la realidad no es aquello que desea que sean las cosas o lo que parecen ser, sino aquello que realmente es.
- Las cosas son como son, pero... como sean en el futuro dependen de usted.

03 – Ideas para establecer una buena comunicación

El correo electrónico se está convirtiendo en el sistema por excelencia para las comunicaciones. El e-mail es útil y práctico.

3 Factores determinantes para una acción constructiva.

- **Ambiente.** Se trata de crear un ambiente favorable, de hacer percibir al receptor que el mensaje o los mensajes que recibirá serán en su beneficio. De esa manera estará esperando cada nueva información que usted le remita.
- **Actitud.** Todo comienza con el emisor. Debe escribir con actitud constructiva y pensando en llevar mejora continua al receptor. Por su parte, el receptor debe aceptar que para aprender, se requiere paciencia, perseverancia y estar dispuesto a desaprender lo que ya no es de utilidad para aprender nuevos conceptos.
- **Acción.** Un buen ambiente y la actitud correcta para aprender no sirve de nada si la persona receptora se queda con esa información y no hace nada, tomar acción es fundamental. Recuerde que nadie paga por lo que usted dice que sabe. Si le pagarán con lo que usted dice que sabe.

Escribir requiere incorporar estos 9 hábitos a su vida

1. **Sea amable.** Evite ser brusco o vulgar. Tanto si la información que recibe es gratis o paga, considere el tono de su mensaje. Cuando escriba, póngase en el lugar del receptor. Piense como serán recibidas sus palabras. Piense como reaccionaría usted si recibiera lo que acaba de escribir.
2. **Lea** su mensaje antes de enviarlo. Y, si tiene dudas, espere... el tiempo que crea conveniente. Esto es aconsejable si está enfadado. Usted tiene que darse a sí mismo la oportunidad de reconsiderar.

3. **Visualice** a su receptor y piense como transmitir la información, que decir para que tome acción, que haga lo que usted pretende que haga.
4. **Produzca** valor agregado. En la comunicación escrita no hay voz, y por lo tanto usted tiene que pintar con palabras lo que quiere decir. Hacer cálido un mensaje y ofrecer algo que sea de interés del otro y que le sea difícil de conseguir. A tal fin, usted puede crear un informe gratis sobre un tema de su especialidad y ofrecerlo como valor agregado contribuyendo así a reforzar la relación.
5. **No recurra jamás al anonimato.** Comunique abiertamente, use frases directas, sea sincero y diga quien es usted y donde puede conocerle mejor. El medio mas fácil es un sitio web: “visite nuestro sitio y conózcanos”
6. **Haga seguimiento.** No pierda el rastro de las personas que manifestaron interés en lo que usted vende. Si usted no hace seguimiento a su potencial cliente por lo menos 5 veces después de enviar su mensaje inicial, usted está perdiendo mucho dinero por falta de ventas y por los costos en que incurre al iniciar una campaña sin seguimiento.
7. **Tenga claros los objetivos** que desea conseguir. Es la única manera que usted puede comunicar con claridad.
8. **Sea rápido en responder** los correos que reciba. Lo ideal es contestar al momento de recibirlo y si tiene que contestar la solución a un problema o aclarar una situación, tómese su tiempo para contestar pero que el mismo no exceda las 24 horas.
9. **Dentro de lo posible, evite enviar spam.** Se trata de ese correo no solicitado enviando publicidad, productos dudosos, listas de noticias no deseadas, etc.

Nadie le comprará si usted, primeramente no se ha ganado su confianza.

Y cómo ganarse la confianza?

Los pasos podrían ser los siguientes:

1. Prepare un informa especial de interés de su público objetivo que lo puede entregar en 10 entregas diferentes, en plazos cada 7 días por ejemplo.
2. Habilite un autorespondedor secuencial, cargue su informe especial
3. Ofrezca por todos los medios posibles ese informe gratis (no su producto). El público interesado en el tema, lo solicitará.

4. El sistema autorespondedor le responderá la solicitud en menos de 30 segundos, le notifica a usted de quien ha pedido el informe y, automáticamente, crea una base de datos a la cual solamente tiene acceso usted con la clave de habilitación.
5. Cómo hacer conocer lo que vende? Muy sencillo. En cada entrega de su informe gratuito, usted agrega (al principio o al final del mismo) indicaciones de las ventajas de poseer o saber mas sobre su producto o servicio y lo invita, ya sea a visitar su sitio web o a solicitarle información a su email personal para de esa forma, responder a inquietudes concretas de ellos.

Principios básicos para escribir mensajes:

- 1- **Defina** con exactitud cual es su objetivo, quien es el receptor de su mensaje, que decir para conseguir lo que se propone. También es bueno preguntarse si este es el momento oportuno para escribir a esa persona.
- 2- **Personalice sus mensajes.** La otra parte tiene que percibir que el mensaje ha sido pensado exclusivamente para él.
- 3- **Evite escribir sin** haber hecho previamente un análisis de lo que debe responder. Evite escribir enfadado y evite la confrontación. Se pueden escribir cosas de las que luego puede arrepentirse.
- 4- **No responda ni escriba si** su actitud y el ambiente de trabajo que vive en ese momento no es el adecuado.
- 5- **Evite utilizar palabras hirientes.** Muchas veces agrava el problema y dificulta la solución.
- 6- **Transmita la idea** lo mas concretamente posible. Luego de escribir su mensaje, trate de eliminar palabras. Una idea puede ser expresada en menos de 20 palabras.
- 7- **El tamaño de un email** no debería sobrepasar una pantalla. Si son varios temas, podría enviar varios emails focalizados en cada uno de ellos.
- 8- **Utilice formas de cortesía** simples y familiares: hola, buenos días, gracias, por favor... Agregue expresiones agradables con una forma de ser natural y espontánea.
- 9- **Nunca, nunca, deje de escribir el “asunto”.** Además, el asunto debe tener un título lo suficientemente atractivo como para que el receptor se sienta interesado en leer el contenido. Mucha gente, quizás por desconocimiento, no editan el “asunto”. Esos mensajes suelen eliminarse sin ser leídos, principalmente porque suelen ser portadores de virus.

04 – Fórmula “puedo, lo haré”

Todo comienza con una idea.

- Su idea es el comienzo de una realidad...
- Así que comience por tener un producto o servicio, póngalo en la red y desarrolle una estrategia para que conozcan su web, su producto y a usted.

Como emprendedor /a

- Usted es su propio jefe de diseño, jefe de ventas y marketing, supervisor y director de su emprendimiento.
- Tiene 3 responsabilidades básicas:
 - 1- Establecer metas específicas (un plan)
 - 2- Establecer una estrategia para conseguir las y
 - 3- Evaluar el éxito con el que esas metas se obtienen

Preguntas que debe hacerse:

- ¿Qué problema de la gente soluciona mi producto o servicio?
- ¿Qué nueva idea es mejor para mi negocio?
- ¿Cuánto costará en dinero, tiempo y esfuerzo?
- ¿Qué tiempo necesito para amortizar ese costo?
- ¿Cuál es el posible beneficio?

Defina, tenga un propósito claro. Analice su competencia.

- Utilice motores de búsqueda y con palabras clave sobre su producto/servicio encontrará sitios web competitivos.
- Vea qué venden, como lo venden, inscribese en sus boletines de noticias, entre a su forum y descubra que dicen sus clientes.
- Lea diarios, revistas, navegue la web, escriba cartas, envíe emails, llame por teléfono, recabe opiniones. Recolecte información relacionada con su tema.

Sacar ideas

- Con el resultado de su investigación, su mente se ha nutrido de elementos. Anote cada detalle a medida que van surgiendo.
- Pensar idea clave. Ha llegado el momento.
- Hay que seleccionar la idea clave que usted va a llevar a cabo
- Pero ojo! Elegir una sola, un solo blanco y
- Describirlo en menos de 10 palabras.

Actuar

- Este es el momento de actuar para realizar la idea
- Aquí suelen fallar las mejores ideas
- Las ideas y proyectos pueden ser buenos pero hay que actuar
- No quedarse en proyectos por el temor a fracasar.

Fórmula: “puedo, lo haré”

- Cualquier cosa que otro haya conseguido, usted también puede
- Evite el uso de palabras como: esperanza, deseo, intentar, etc.
- Metalícese en: PUEDO, LO HARÉ
- Al lograr una pequeña meta, la confianza aumenta y será fácil alcanzar nuevas metas.

05 – Razones para estar presente en la Red

Este es un tema fascinante, porque, muy a menudo, muchos negocios no tienen ninguna pista acerca de por qué ellos están en la Red.

Para resumirlo, aquí hay buenas razones para estar presente en el ciberespacio:

1- Para instalar una presencia nacional y abrir mercados internacionales.

Millones de personas tienen acceso a la www. Esta es la gran fuerza de Internet y usted no puede ignorarlo, sea cual fuere su actividad. La distancia no existe en la web. Todos estamos a un clic de distancia. Usted puede mantener un diálogo con alguien de otro país como lo hace normalmente con el negocio de la esquina.

2- Para dar información básica sobre su negocio las 24 horas del día.

Usted puede dar a conocer beneficios y ventajas de sus productos y servicios en forma económica usando el email. Motive a clientes, prospectos y proveedores a usar el email. En su web, usted puede tener varios emails de consultas, uno para cada problema posible. Ellos pueden contactarle y usted le podrá responder al instante o dentro de las 24 horas siguientes. La www tiene siempre las puertas abiertas, a toda hora, los 365 días del año.

3- Para dar rápidamente información cambiante.

Algunas veces la información cambia antes de llegar a imprimirse. La publicación electrónica puede cambiar con la velocidad que usted necesita. Sin papel, sin tinta, sin imprenta. Usted hasta puede personalizar su sitio ligándolo a una base de datos que cambia tantas veces como usted necesite.

4 – Para llegar a la prensa escrita

Internet ofrece una oportunidad única a los hombres de marketing para promocionar la empresa de una forma económica y ágil. A la prensa le interesa más el lanzamiento de un sitio que la apertura de un nuevo local, y, si la prensa le da espacio, usted recibirá visitas online de gente a la que de otro modo no llegaría. Cualquier aspecto de un negocio necesita la difusión que dan los medios.

5- Para dar información efectiva y velozmente

Hay veces que usted tiene información que no debe divulgar antes de determinado momento. Balances, la noticia de una fusión, ofertas premios. Ahora usted puede controlar el momento justo de la divulgación y brindar todo el material suplementario como fotos, al mismo tiempo.

6- Para vender e interactuar con los clientes

Aunque mucha gente cree que éste es el primer y a veces único objetivo de un sitio, previamente usted y su empresa deberán generar confianza.

La calidad del servicio brindado es esencial, sino, ¿cómo se va a diferenciar de un negocio de “ladrillo y cemento”?

Puede suceder que su folleto, catálogo, revista no generen las ventas o llamadas que usted esperaba. Es muy difícil saber que pasó...

Desde su website puede pedir opiniones a la gente, colaboración, críticas y obtenerlas al instante sin costo adicional.

7- Para usarla usted, como vendedor

Internet es la imprenta mas barata que existe. Sin límites, usted puede exponer todos sus productos, imágenes, beneficios y también aspectos técnicos si el producto o servicio lo exige. Usted como vendedor, o su fuerza de venta no necesitan llevar costosos folletos. En cualquier parte del mundo puede visualizarse su sitio web, los productos que ofrece, usos y beneficios, precios y condiciones de pago... y se puede usar a cualquier hora en cualquier día del año.

8- para llegar a mercados especializados

Con millones de usuarios en la web, siempre existen personas identificadas con el rubro de su actividad. Siempre hay alguien en el mundo buscado todo tipo de productos y servicios. Así es que se buscan artesanos, educadores, reproducciones de arte, profesores, lecciones de vuelo, fábricas de pastas, generadores eléctricos y todo tipo de soluciones.

9- Para construir un grupo de afinidad a su actividad

Interactuar es fundamental. Si no lo hiciera, muy difícil resulta crear confianza con sus potenciales compradores. Cualquiera que esté suscripto a una lista de correo habrá experimentado el sentimiento de comunidad que crea. Las listas generan un clima muy informal, en donde la gente se muestra deseosa de colaborar y compartir experiencias e información.

La participación activa en listas es uno de los mejores recursos para ampliar actividades comerciales y sociales.

10- Investigación de mercado

La red es una herramienta de investigación de mercado extraordinaria, puede arrastrar información inteligentemente, medir los resultados de una promoción

de mercadeo. En una tienda física es casi imposible y a menudo difícil rastrear la conducta del comprador.

Usted no puede, por ejemplo, seguir a sus clientes alrededor de su local con una cámara de video y rastrear cada movimiento para ver que estanterías visitó, en que temas ha centrado su interés.

Con un website toda la información se obtiene en segundos utilizando software especializado que hace un estudio de los visitantes, donde entran, donde van, donde se detienen, etc.

Conclusión:

Con estas diez razones para estar en la red y otras que a usted se le pueden ocurrir, es conveniente que usted comience a encender ideas de mejora, de acción para crear, promocionar o expandir su negocio.

06 – Ideas para mejorar lo que ahora está haciendo

Cualquier cosa puede mejorarse. La persona que mejora cosas, productos, planes, organizaciones, métodos o cualquier cosa, se acredita, asciende, gana dinero y tal vez hasta llegue a ser famosa.

Aquí van algunas preguntas que le ayudarán a “encender ideas”. Considere cada pregunta cabalmente. Si no se aplica, puede encender otras ideas o estimular otras preguntas que conducirán a valiosas mejoras.

1. Qué quiere mejorar?
2. Qué cosa, objeto, producto, organización, plan, método?
3. cuál es el problema?
- 4.Cuál es el objetivo?Cuál es la meta?
- 5.Cuál es la presente situación o condición?
6. Qué se puede o se debe hacer al respecto?
7. Quién lo debe hacer?
8. Debe ser usted o debe reclutar a otros para ayudarle?
9. Qué cambios son necesarios? Especialización?
Entrenamiento? Motivación?

10. Cómo puede usted incrementar su actividad?
11. El viejo dicho de que “la acción habla mas fuerte que las palabras” es tan cierto como siempre
12. La acción atrae la atención, mantiene el interés. Siempre lo hizo. Aumente pues la actividad.

Y ahora que?

Reflexione. Piense. Escriba. Es aconsejable que tenga un cuaderno de apuntes y vaya anotando las ideas que surgen en su mente al leer las preguntas.

Qué ganará? Se trata de tomar el control de su vida. Se trata de verse a sí mismo como el programador, no como un programa que hacen otros.

De qué forma puedo hoy ser mas útil?

Y, considerando que cada uno tiene necesidades diferentes, deje que la inspiración lo guíe.

Lo mismo estoy haciendo mientras escribo esto para usted.

07 – El secreto para lograr lo que se propone

El factor determinante es **tener un poderoso “por que hacerlo”**

No es conveniente poner en marcha una empresa únicamente porque no encuentra trabajo o porque su jefe es insoportable.

Una buena pregunta es: ¿por qué crear una empresa?

¿Por qué está convencido que puede ofrecer al mercado un producto o servicio nuevo? ¿A un precio competitivo porque conoce a la competencia? ¿Por qué usted quiere tomar el control de su vida?

Tener una idea se construye alrededor de sus experiencias, capacidades y aptitudes. Son ideas que comienzan con un pensamiento, por lo tanto, comience a pensar creativamente.

Piense en algo por lo que valga la pena trabajar. No importa lo que eso sea en este momento.

Luego descubra quienes están ofreciendo lo mismo, con quienes tiene que competir.

Vaya a www.google.com o cualquier motor de búsqueda y escriba palabras claves relacionadas con el producto o servicio de su actividad. Aparecerán detallados muchos sitios relacionados.

Elija uno a uno, los que tengan relación con lo que quiera hacer y al abrirse el sitio web observe como se presentan, qué estrategia comercial usan, qué contenido ofrecen en la web, si ofrecen boletín electrónico y, en ese caso, suscríbase.

De esta manera, realiza una investigación de su competencia que tiene que completarse con la guía de la industria, guías especializadas, periódicos, revistas, etc.

Con estos elementos estará en condiciones de decidir si continúa o no con su proyecto. En ningún momento tiene que olvidarse que tiene que hacerse cargo de sí mismo y de su éxito al cien por ciento.

Generalmente hay una tendencia, cuando algo no resulta, de echar la culpa a los demás “me dejaron” o “no me apoyaron”...

Rehúse dar excusas. “yo tenía un plan pero no me apoyaron” “pobrecito de mi2. Excusas. Una excusa es cuando empieza a mentirse a si mismo.

Conclusión:

- Desarrollar una agudeza para saber adonde va
- Tener flexibilidad y modificar su comportamiento hasta descubrir que es útil y así llegará adonde se ha propuesto.
- Pero si no llega ¿habrá fracasado?
- Por supuesto que no.
- Como el timonel avezado, le basta cambiar el rumbo de su comportamiento para llegar adonde quiere.
- Trabaje duro... pero no se exceda. Descanse lo suficiente.
- No espere aprender todas las estrategias de comercialización en Internet en un día.
- Dedique las horas correspondientes a descansar y dormir bien.

08 – No espere ayuda, prodúzcala

21 pasos básicos

Se trata de aprender haciendo.

1. Inicie, cada día, su actividad de forma positiva y a hora temprana.
2. No malgaste nunca el tiempo: utilícelo siempre con sentido.
3. Concéntrese en cosas que quiere y olvide lo que no quiere.
4. Tenga siempre fijadas sus metas específicas.
5. Oblíguese a realizar aquello que es positivo para usted aunque ahora no le guste.
6. Trabaje motivado al 100 %, no importa lo que suceda.
7. Tenga un fuerte deseo de alcanzar sus metas.
8. Haga frente a cualquier situación, tenga capacidad de superar los problemas.
9. Aprenda de sus errores y sepa adaptarse a los cambios.
10. Como emprendedor propietario de un negocio usted tiene que tener una alta motivación para hacer lo que quiere hacer.
11. Construya una base fuerte, sólida. Los puntos anteriores son algunos ingredientes para esa base fuerte y sólida.
12. Cada problema tiene una solución. Teniendo siempre presente este concepto, a usted siempre le irá bien.
13. Conviértase en el vendedor mas grande del mundo, tiene que vender su idea, su empresa, su visión del negocio, sus servicios, sus productos, bajo pena de sucumbir.
14. Si el sonido de la palabra “vender” le pone los pelos de punta, olvídense de hacer empresa.
15. Poner en marcha una actividad significa sobre todo estar a la altura de hacer contactos, hacerse con una clientela y mantenerla.
16. Pero la primer venta que tiene que hacer es la mas importante, es fundamental “venderse” a si mismo el ser positivo, optimista y un constructor incansable de sus sueños y metas.
17. Y esta venta la tiene que hacer todos los días.
18. No espere ayuda, prodúzcala.
19. Empiece
20. Cuando usted se mueva, se producirá el efecto imán.
21. Alguien se acercará para decirle “me gusta lo que estás haciendo, es qué puedo ayudarte?”

09 – Haga que las cosas sucedan.

En realidad, a nadie se le enseñó que el fracaso se elige, tal como se elige el éxito. Muchos se equivocan al creer que el fracaso se debe a la falta de talento, dinero, tiempo y otros recursos.

Se debe, simplemente, a que uno se niega a establecer metas y objetivos en su vida y a trabajar para alcanzarlos.

Seguramente, has hablado con personas que no tienen metas ni motivos para triunfar. Escarba un poco y descubrirá que viven sin entusiasmo ni objetivo. Se sienten fracasados.

No deje que las cosas sucedan por sí. Haga que sucedan.

Si crea una o varias empresas y estas no funcionan, eso no significa que hayan fracasado. Simplemente descubrirá nuevas maneras en que los negocios no marchan.

Si usted se dice que no tiene talento para los negocios y abandona, entonces sí, habrá fracasado porque se niega a continuar pese a todos los obstáculos.

Para llegar al éxito se encontrará a cada instante navegando por aguas desconocidas, haciendo cosas que nunca hizo pero si quiere de la vida algo más que la mediocridad, allá tiene que ir.

Metas borrosas producen resultados borrosos

Visualice las cosas que quiere, esas saludables características que desea adquirir. Suponga que tiene la necesidad de ser más enérgico. No se contente con decir “he de ser más enérgico”.

Imagine en cambio, que aspecto tendría usted siéndolo.

Concéntrese en las cosas que quiere conseguir o ser en la vida. Use su cerebro para pensar con optimismo controlado.

No permita que las circunstancias o las personas le dicten imágenes visuales negativas.

Conclusión:

Piense en algo que valga la pena trabajar. Póngase en acción. Pronto se dará cuenta que una vez que haya podido planear y alcanzar una cierta meta, es mucho mas fácil planear y alcanzar la próxima.

A medida que la confianza en usted mismo aumenta, también aumenta su progreso.

Cómo y donde promocionar productos y servicios a través de Internet

Si bien es aconsejable que usted no comience a promocionar sus productos y servicios hasta que no estén al 100% terminados, en una época tan veloz como esta y con las facilidades que ofrece Internet bien puede usted imitar lo que hacen las terminales automotrices: ellos venden y después fabrican.

De todas maneras, es conveniente tener un plan bien definido antes de lanzarse. No es necesaria la perfección en todo. Luego lo puede ir ajustando conforme a las necesidades de mercado, de los clientes.

Si el diseño de su web al lanzamiento es perfecto no se preocupe lo importante que es que usted comience.

En mi caso, la base de mi lanzamiento en la res no estuvo basada en el sitio web, sino en la enseñanza del e-commerce.

Comencé por diseñar varios informes y a entregarlos gratis a fin de iniciar la vinculación con potenciales compradores futuros de algo futuro que podría yo tener para ofrecerles.

Así es, cuando me inicié, no sabía que iba a vender pero me lancé igual. Sabía que en el futuro necesitaría enfocarme para vender mi servicio.

Hoy, pensando en mis comienzos es que permito a todos los emprendedores que deseen vender en Internet, que inicien su propio negocio, vendiendo mis ebooks y ganando el 100 % de lo que producen. Esa posibilidad no la tuve yo cuando me inicié.

Me preocuparé de crear nuevos ebooks y servicios para que no les falte material para vender hasta tanto cada uno de ellos creen sus propios productos o servicios.

Comenzar la promoción.

Se trata de estar listo para todo lo que nos venga, tenemos que saber responder a todas las dudas de nuestros visitantes y tener algunos documentos bien elaborados que hablen sobre nuestros productos y servicios por si alguien nos pide mas información.

Usted cree esto posible? Por cierto, los emprendedores independientes no podemos tener todo elaborado desde el inicio porque en ese caso no empezamos nunca. Hay que comenzar aunque haya imperfecciones.

El método de promoción que mas satisfacciones, consultas, visitas y ventas me ha traído es el uso de autorespondedores secuenciales ilimitados.

Otros métodos de promoción: la web, los buscadores, pero todos sabemos de la dificultad y tiempo que necesitamos esperar para conseguir salir ante los primeros diez puestos de su categoría después de una búsqueda.

10 – productos a vender en Internet

Producto es aquello que le comprarán. Puede ser un producto o un servicio. Un cliente comprará solo si tiene una necesidad no cubierta, o un deseo por satisfacer, y sabe, o cree, que pagando una cantidad de dinero por un producto o servicio resolverá su problema.

Un viejo axioma de marketing: si quiere que el negocio vaya bien, venda a la gente lo que la gente necesita.

Si quiere hacerse rico, vendales lo que desean. Ese es el motivo que para vender licores se muestran mujeres hermosas y sensuales junto a hombres vestidos de smoking en lujosas viviendas. Para vender hamburguesas se presentan a adultos y niños con aire satisfecho.

Regresando a nuestro mundo en Internet le diré que en la era digital, podemos hacer esta clasificación:

Productos digitales (servicios, ideas, ebooks, software) y

Productos físicos (bienes, por ejemplo el mismo ebook pero en papel impreso)

Productos digitales

Los productos digitales no tienen presencia física. No son productos físicos y pueden ser fácilmente enviados a través de Internet. Como ejemplos de productos digitales se tienen: software, ebooks, servicios, asesoramiento, publicidad mediante banners, servicios de autorespondedores, hospedaje, inscripciones de dominio, consultoría, etc.

Las empresas productoras de software son otro gran ejemplo de productos digitales. ¿Necesita un programa antivirus? Cómprelo online, "bájelo" a su computador, instálelo y listo.

Con unos cuantos clicks, puedo comprar y vender acciones. Estos sitios me ofrecen todas las herramientas de análisis para tomar la decisión de comprar y vender. Toda la información la tengo en pantalla. Clic y transacción efectuada.

Productos físicos

Ejemplo: ebook impreso en papel, computadoras, música (CD, cassettes), comidas, vestidos, artículos electrónicos, automóviles...

La primera gran diferencia: no pueden ser distribuidos directamente a través de Internet.

Veamos algunos ejemplos:

Dell Computer. Cuando uno compra en Dell, directamente en el sitio de la web, puede pedir lo que quiere, luego se sienta y espera más o menos una semana hasta que lleguen las cajas. Hoy, es el principal vendedor de computadores en Internet.

En el sitio de Dell Computer, el cliente personaliza el computador que quiere comprar, elige un modelo base, selecciona las opciones de un menú para aumentar la capacidad del disco duro, colocar una unidad de DVD en lugar del CD-ROM, escoger una mejor tarjeta de sonido, aumentar la memoria RAM, etc. Al terminar, en segundos se le indica el precio de las opciones elegidas.

Pero como nada es permanente, también, Dell enfrenta solo competencia y las preferencias variables del público.

Tiene que adaptarse constantemente a los cambios.

Conclusión:

Es usted mismo, usted como emprendedor, el que tiene que decidir que tipo de producto va a comercializar: físico y/o digital.

Una vez que decida, la clave es trabajar, focalizar y encontrar la forma de colocarlo en el mercado. Espíe a sus competidores y estudie la forma de ser mejor que ellos.

Un excelente producto o servicio requiere:

- Lograr una ventaja competitiva
- Ser percibido como algo único
- Ser y parecer importante

11 – Ventajas competitivas claras

Para poner un negocio en Internet, necesita tener un propósito estratégico. Comience por definir:

Qué compra la gente. Considere el motivo de su existencia como empresa, sus clientes reales, las necesidades de estos, los mercados, como se imagina a la empresa en un largo plazo, etc. Pero nunca olvide que la idea detrás del producto es la que genera la venta.

Elabore objetivos. Hay tantas ideas detrás de la creación de un servicio o producto como deseos y necesidades humanas. Es fundamental, al crear servicios al cliente que éstos sean innovadores.

Donde pretende llegar. Mientras trabaja en la elaboración de objetivos indique adonde se pretende llegar. Sin objetivos claros, realizables, definidos y proyectados en el tiempo, el plan de negocios carecerá de sentido.

Fije una fecha para cumplir los primeros objetivos. Proyecte a su empresa en un futuro cuantificable: años o meses y fije que quiere lograr en alguno de los objetivos de rentabilidad, crecimiento o imagen, entre otros.

Determine sus ventajas competitivas claras. Sepa que factores, aspectos o habilidades debe dominar para lograr un negocio exitoso. Diga por escrito como hará usted para cumplir sus objetivos estratégicos.

Analice.

1. El posible ingreso de nuevos competidores
2. La amenaza de productos o servicios sustitutos
3. El poder negociador de los clientes

Conozca al detalle el mercado en el cual pretende operar. Pregúntese ¿Dónde está mi mercado? (aprenda a ver el mundo a través de los ojos de sus clientes)

Usted debe saber que nadie va a comprar su producto porque si. Qué hace, qué motiva, que simplifica, qué valor agrega.

Estas preguntas no pueden quedar sin respuesta.

Pregúntese: “por qué cree que alguien va a abrir su billetera, firmar un cheque o brindar su tarjeta de crédito a cambio de su producto?”

12 – Cómo escribir sus mensajes de venta

Es un tema que no se agita con este artículo pero he aquí algunas ideas para tener en cuenta a la hora de escribir sus mensajes de venta por email

1- Seguimiento: para no perder ventas es fundamental el seguimiento. Cada persona que solicita información necesita que le recuerden una y otra vez lo que se pierde si no se toma una decisión positiva de compra.

2- Cantidad de mensajes de seguimiento. Normalmente, con 7 mensajes es suficiente. Sin embargo hay negocios que exigen un seguimiento mas prolongado y, a ese fin, existen los autorespondedores secuenciales, un contestador automático de e-mails que hace seguimiento con cantidad ilimitada de mensajes.

Uno de los puntos importantes del mensaje es el “asunto” ya que si las palabras que dice ese encabezamiento atraen, el mensaje de su e-mail se lee, caso contrario se elimina sin mas trámites.

3- Título del e-mail o “asunto”. Cada mensaje tiene que tener un asunto diferente. A fin de atraer la atención del cliente es conveniente que esos títulos comiencen con algunas de las siguientes palabras: “como” “por que” “descubra” “nuevo” etc.

Hay que convertirse en un experto en insertar títulos tal como lo hacen los periódicos. Ellos saben que si su titular no atrae no comprarán el periódico.

4- El primer mensaje, el mensaje inicial. Agradezca por pedir información que usted ofrece y presente los beneficios de su oferta. Es conveniente que su texto sea persona como si estuviera hablándole directamente al lector, como si lo tuviera frente a usted.

Finalice su mensaje indicando sus datos personales, dirección, teléfono, e-mail de contacto y sitio web si fuera posible. A diario recibo mensajes de personas que no se identifican. Solo ponen su email con extensión Hotmail o yahoo y de esa forma su anonimato es total. Así no se puede ganar la confianza del receptor.

Este primer mensaje es de contacto. NO intente vender. Hágase conocer, muestre el potencial de lo que tiene ventajoso para ofrecer.

5- Segundo mensaje. Introduzca las ofertas especiales. Ofrezca beneficios por medio de hechos y números. Recuerde a sus perspectivas que ellos pidieron esta información, y diga que usted DA un descuento especial durante un tiempo limitado. Recuerde es una oferta limitada y que ellos deben actuar rápidamente si desean beneficiarse. Por mi parte, siempre considero fundamental ofrecer, en cada mensaje, una información de valor.

6- Tercer mensaje. Los beneficios. Repita, con otras palabras, la oferta que indicó en su mensaje anterior y detalle todos los beneficios que recibe el comprador. Tome tiempo para escribir el mensaje. Describa tantos beneficios como sea posible. Es fundamental para que su potencial comprador quede impresionado con su oferta.

7- cuarto mensaje. Agregue ofertas extras. Sintetice lo que ha dicho en los mensajes segundo y tercero y dígalos que además del descuento especial, usted ha decidido agregar un regalo extra cuyo valor suma X cantidad de dólares, solo por responder rápidamente.

8- Quinto mensaje. Compare su producto o servicio. Simultáneamente que usted ofrece algo, otros están haciendo lo mismo y compitiendo con su producto. Aquí es fundamental tener claro. Compare su oferta con el de su competencia y permita a su público interesado el saber que lo que usted ofrece es mejor.

9- Sexto mensaje. Cuente una historia de su producto o servicio. A todos les gustan las historias. Si usted puede dar un ejemplo del mundo real de cómo su producto o el servicio esta beneficiando ahora mismo, usted está ganando al ganar la atención de sus potenciales clientes. A las personas les gusta sentir que ellos son especiales, no solo un número mas. Así que personalice su mensaje de seguimiento con una historia a que ellos pueden relacionar y sentirse partícipes.

10- Séptimo mensaje. De testimonios. Usted se gana la confianza de su potencial comprador si da ejemplos de clientes actuales o del pasado que han disfrutado de su producto. Si usted puede agregar un link del correo electrónico para que le puedan solicitar su opinión es aun mejor. Si esos

potenciales compradores perciben que su producto merece la pena y obtendrán beneficios reales, entonces ellos lo comprarán.

Depende del producto o servicio que usted venda. Normalmente 7 mensajes serán todos que usted necesitará informar y persuadir su perspectiva para comprar su producto o servicio.

Lo importante es que usted humanice la relación. Se trata de crear confianza ya que en Internet la relación es uno a uno. Mi mensaje llega a usted directamente y usted tiene que sentir que me dirijo especialmente a usted, que pienso en usted y en sus necesidades y que deseo ayudarle, que deseo lo mejor para usted, que mi finalidad es hacer el bien.

Si usted logra eso con sus potenciales compradores, su éxito está asegurado. Una vez que el elemento “confianza” está instalado sus prospectos son diez veces mas compradores.

13 – Qué son y para que sirven un plan de negocios y un plan de marketing?

¿Qué es un plan de negocios?

Es un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocios, examinando la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrollando todos los procedimientos y estrategias necesarias par convertirlo en un proyecto empresarial concreto.

¿Para que sirve?

Definida la idea permite estudiar el mercado para determinar la viabilidad de su puesta en marcha. Una vez iniciado el emprendimiento, sirve como herramienta interna que evalúa el funcionamiento y sus desviaciones sobre el escenario previsto. También sirve para presentar a terceras personas a la hora de recabar cualquier tipo de colaboración, ayuda y apoyo financiero.

¿Cómo se redacta?

El propósito tiene que estar bien claro con el fin de prever objetivos. La información debe ser actual, veraz y flexible a los cambios.

¿Dónde buscar información?

Un plan exige información obtenida en ámbitos muy diversos. Además de la que brinda Internet puede recurrir a cámaras de comercio y organismos del estado.

¿Qué es planificar?

Es introducir organización y racionalidad en la acción. Un plan de negocios es su visión de donde usted quiere llegar y como va a conseguirlo.

¿Qué hacer para considerar y descartar ideas de negocios?

Estas preguntas nos pueden ayudar a considerar y descartar propuestas:

- 1- Que se quiere hacer, naturaleza del proyecto
- 2- Por que se quiere hacer, origen y fundamentación
- 3- Para que se quiere hacer, objetivos y propósitos
- 4- Cuanto se quiere hacer, metas
- 5- Donde se quiere hacer, localización física
- 6- Como se va a hacer, actividades y tareas
- 7- Cuando se va a hacer, cronograma
- 8- A quienes va dirigido, destinatarios o beneficiarios
- 9- Quienes lo van hacer, recursos humanos
- 10- Con que se va a hacer se va a costear, recursos materiales, recursos financieros.

Plan de marketing

Marketing: combinación actividades dirigidas a lograr con beneficio, la satisfacción de necesidades del consumidor.

El plan de marketing es el esqueleto de las acciones a realizar. Debe ser práctico y concreto además de recopilar y documentar los datos básicos en los que se fundamentan las decisiones y acciones a emprender.

Marketing es el análisis, la determinación y la organización de las actividades para resolver ¿Dónde voy a vender? ¿Cuándo? ¿Con quien? ¿Por qué vías?

Elementos del Plan: mercado, clientes, ventas, objetivos, estrategias, medios, presupuesto.

Mercado: define...

- Si es un mercado local, regional, nacional o internacional
- Si la distribución es directa a los consumidores o minoristas...
- requiere distribuidores, agentes o mayoristas.
- Si existe segmentación, es decir, si existe un grupo de clientes que compartan características comunes que les diferencien de otros (edad, sexo, estudios, etc)
- Describe cualquier cambio significativo que se haya producido en los últimos años.

Clientes: define su público objetivo. Principales clientes a través elaboración de un listado de clientes reales y potenciales consumidores y de los principales compradores.

Ventas: describe las tácticas que van a ser utilizadas. Define si además de vender por Internet se continuará con la venta tradicional. Evalúa el papel que desempeña la publicidad, la promoción y las relaciones públicas. Fija políticas de precios, de descuentos, etc.

Objetivos: tomando como base los puntos anteriores, precisa el fin que persigue una determinada campaña de marketing en la empresa. Los fines pueden ser de los mas diversos, por ejemplo, aumentar beneficios, dar contestación a la competencia, aumentar las ventas, introducir un nuevo producto o servicio, promocionar mayor satisfacción a los clientes, etc.

Estrategia: se trata de llegar a la combinación mas atractiva de los siguientes factores: envase, producto, precio, ofertas especiales, promoción, distribución física y electrónica, venta personal y publicidad.

Medios: se trata de la utilización optima de los medios existentes tales como la prensa diaria local, regional, nacional, revistas, radio, TV, mailing, publicaciones sectoriales, acontecimientos especiales, etc. Con el propósito de difundir el mensaje que se quiere transmitir del producto o servicio de la empresa.

Presupuesto: asignación presupuestaria. Se pueden utilizar diferentes métodos para esta asignación, tales como gastar lo que se pueda, mantenerse al nivel de gasto de la competencia, aplicando un porcentaje sobre las ventas brutas, gastos por unidad, etc.

Conclusión:

El plan de marketing no debe considerarse inamovible, puesto que tanto la empresa como sus clientes se encuentran en un entorno cambiante. La empresa debe ir adaptándose a dicho entorno, evaluando de nuevo la realidad, depurando el plan periódicamente.

14 – Descubra algo exitoso y repítalo en otra parte

Muchos de los que triunfan en los negocios han descubierto algo que ha servido en algún lugar y lo repitieron en otra parte.

Advertencia: la pólvora y el petróleo no se puede volver a descubrir.

La lección mas importante, la que usted no debe olvidar nunca, es la de no conformarse jamás con lo que haya conseguido.

Su cliente mas importante a nivel facturación de un día a otro puede dejarlo tirado, o no pagarle las tres últimas facturas. Así que tiene que estar listo para reemplazarle.

Salir a la caza de nuevos clientes.

Este es el camino. Nadie le obliga a crear su negocio pero si de verdad quiere hacerlo, hágalo bien. Recorra siempre como sugiere Og Mandino, un kilómetro de mas.

Actúe coherentemente

Mírelo de esta manera, lo que hacemos en la vida, está determinado por la manera en que nos comunicamos con nosotros mismos.

En el mundo moderno, la calidad de vida es calidad de la comunicación.

Así que para triunfar en la vida y en los negocios, lo primero es definir con precisión lo que quiere conseguir y, el segundo factor consiste en pasar a la acción, ya que de lo contrario los deseos quedarían para siempre en la esfera de los sueños.

Si lo que obtenemos no es lo que esperábamos, hay que tomar nota a fin de que todas las experiencias nos sirvan de enseñanza.

La primera cosa que usted debe hacer es empezar con una meta, blanco u objetivo y esto es imprescindible porque no es posible acertar cuando uno sabe adonde apunta.

Una vez que sabe donde por el paso siguiente es emprender la acción, porque no basta solo con el saber.

Lo único que hacen muchos de quienes triunfan en los negocios consiste en descubrir algo que haya servido en algún lugar y repetirlo en otra parte.

15 – Conozca quien tiene enlaces hacia su sitio

Estudie a la competencia, si llega el caso, haga como si fuera un cliente potencial para analizar de cerca sus servicios. Mire lo que pasa en el extranjero en el sector que le interesa.

Y lo mas importante puede hacerlo casi sin dinero porque con Internet no necesita viajar.

Quiere conocer quien tiene enlaces hacia su sitio?

Vaya a www.google.com

En el buscador, en lugar de escribir una palabra de búsqueda, escriba:

Link:su-sitio-web.com

(Reemplaza “su-sitio-web” por su propio sitio)

Necesita saber quien tiene enlaces hacia la competencia?

Realice el mismo procedimiento pero cambiando el nombre del sitio web. Descubra por que tienen un enlace, si ofrecen productos o servicios similares... alianza? Programas de afiliados? Vea todo lo referente a fin de encontrar ideas para que usted pueda mejorar su actual sitio web.

Quiere analizar el contenido del sitio de la competencia?

Vaya a www.google.com

En el buscador, en lugar de escribir una palabra de búsqueda, escriba:

Host:tu-sitio-web.com

(reemplace “tu-sitio-web” por el nombre del sitio que quiere analizar)

Quiere conocer las palabras claves y meta-tags que utiliza la competencia?

- En el navegador (Explorer)...
- Vaya a VER
- Luego seleccione “código fuente”
- Listo! Le aparece una ventana con el código fuente de la página
- Puede guardarla, copiarla, etc.

Esta estrategia se puede seguir también con el que figura en el primer lugar de los buscadores en la categoría que busca.

De esta forma, usted detecta que palabras clave ha utilizado para que los robots lo hayan calificado e introducido en el primer lugar de esa categoría.

16 – Ideas: qué hacer con ellas

Elija el blanco cuidadosamente, luego cargue el rifle con pensamientos que causen una buena impresión – sus pensamientos son su munición.

Permita que esa acción se realice. Continúe marchando hacia la meta.

Piense las cosas completamente. Si es algo que puede ser corregido, hágalo inmediatamente.

Si es algo que no puede corregirse, prosiga, pero nunca se preocupe si no puede corregir algo, y nunca deje de corregir algo en cuanto sepa que puede hacerse.

Piense...

Escriba...

Hable!

1. Piense. Cada nueva idea construirá su actitud hacia el triunfo. Usted actuará y hablará como un triunfador. Y cada idea nueva que usted genere, conducirá hacia mas ideas y mas triunfos.
2. Escriba. Tan pronto se le encienda una idea, anótela! Después de escribirla, podrá mirarla, concentrarse en ella e imaginar todos los medios posibles con que su idea podrá mejorarse.

3. Hable. Una idea no tiene valor para usted ni para nadie. Para producir resultados comunique persuasivamente su idea a los demás. Usted deberá hablar!

Usando cualquier método que sea apropiado, usted deberá HABLAR sobre su idea. Usted puede estar seguro que cuando HABLE sobre su IDEA PARA MEJORAR ALGO, todas las personas le escucharán.

Porque las ideas son progreso! Son mejoras! Son dinero!

17 – Como crear su propio producto y ganar el 100 % de lo que vende

No le tiene que asustar la idea de crear su propio producto

Por el contrario, piense en las ventajas de comercializar su propio producto: mejorar su estado financiero, mas horas para pasar con su familia, etc.

Tenga pasión por lo que hace

Cada persona es buena en algo y es seguro que usted tiene mucho que decir sobre un tema determinado. Y realmente no importa si es sobre fútbol, ciencia, fotografía o arte. El fondo es que usted puede crear fácilmente sus propios productos y después venderlos.

Solo tiene que sentarse, memorizar todo lo que usted sabe sobre su campo de especialización.

Ahora, provisto de lápiz y papel escriba diez ideas del producto relacionadas con su experiencia, manías, intereses, etc.

¿No es un experto todavía? Conviértase en uno!

Si usted siente que no es autoridad en ningún tema, no se preocupe. Gracias a Internet, usted puede convertirse fácilmente en un experto pasando cierta cantidad de horas y dirigiendo toda la información que pueda encontrar sobre el tema.

Si usted desea ir aún mas lejos de donde se encuentra solamente lo puede hacer obteniendo y asimilando nueva información. He aquí cuatro sugerencias:

- Primero, invierta en su propio desarrollo personal – por lo menos el 5% de sus ingresos – comprando libros, cursos, audios, seminarios, etc.
- En segundo lugar, lea, al menos, una hora diaria en su campo de interés profesional.

Sepa que el leer una hora diaria puede significar el leer un libro entero en dos semanas. Un libro cada dos semanas, significa leer 25 libros al año!

Si usted lee 25 libros o manuales que le ayuden a mejorar su profesión, a administrar mejor su tiempo, a aumentar su productividad...

¿cree que ese solo hecho lo pondrá al frente de cualquier competitividad?

¿cree que eso afectaría positivamente su salario?

¿cree que esto tendría importancia en su vida futura?

Esté seguro que si!

No sea el primero, sea el mejor!

Navegue en Internet. Vea lo que están vendiendo otros. Cree un producto similar, solamente mejor. Tan simple como eso. Usted no tiene que inventar la rueda. Mire que es lo que se comercializa y mejore usted lo que hacen.

Con esto no estoy animándole a que viole copyright y robe el trabajo a alguien!! Usted tiene que desarrollar su propio producto fabuloso, con ventajas únicas y de valor increíble.

Determinar si su producto es acertado

Asumiendo que en este momento usted ya ha escrito al menos 10 ideas de productos, analice cada una de esas ideas contestando para cada una las siguientes preguntas:

1. El producto, ¿tendrá valor a mis perspectivas? ¿Ellos sentirán que han conseguido mas que el valor del dinero pagado? Si no es así, el producto perderá reputación, sus clientes se sentirán engañados y usted nunca conseguirá una compra repetitiva.
2. La información que proporcionará ¿es genuina y honesta? Sus clientes detectarán si usted es deshonesto.
3. Comercializando este producto ¿disfrutaré? Esto es importante: su idea del producto se debe relacionar con su experiencia, manías e intereses. Sentir pasión por lo que usted está haciendo es fundamental.
4. ¿Hay demanda para el producto? Sin una demanda su producto no tiene sentido. Usted debe ofrecer algo que la gente desee. Descubra lo que desea la gente antes de crear su producto.

Conclusión:

Crear su propio producto es mas fácil de lo que usted piensa. Usted debe poder desarrollar su propio producto de información en menos de 30 horas. Comience a teclear. Si usted no se considera un gran escritor, no se preocupe. Haga frases cortas.

18 – Preguntas básicas para conocer su mercado

La investigación de mercado es fundamental en el proyecto de su nuevo negocio porque...

- Facilita información clave para planificar los aspectos técnicos y económicos de su empresa
- Hace conocer al mercado al cual se dirige, las motivaciones y hábitos de compra de los consumidores
- Descubre estrategias de la competencia, las tendencias del entorno

Ello permite tomar decisiones correctas para el lanzamiento

Si bien usted tiene que pensar en...

- Lo que hace mejor que otros en el mismo negocio
- Confirmar si su elección es correcta
- Decidir si debe continuar con su iniciativa o bien si necesita introducir modificaciones
- Si las circunstancias reales no son las que usted pensaba, es preferible replantearse la iniciativa inicial.

Preguntas estudio de mercado

Los temas principales de estudio de mercado son dar respuesta a:

- Qué es exactamente lo que quiere saber
- Cuál es el mercado potencial
- Qué parte de mercado espera obtener
- Cuál es el volumen posible ventas futuras
- Cuál es la distribución geográfica mercado

- Aceptarán los consumidores el producto
- Qué características esperan encontrar
- Qué envase resultará mas atractivo y útil
- Por qué comprarán los consumidores

Respondiendo a estas preguntas puede...

- Conocer que está sucediendo en el mercado
- Decidir el tipo de producto o servicio que va a ofrecer
- Teniendo en cuenta las necesidades de sus compradores y
- Las ventajas comparativas con productos de la competencia

Un estudio de mercado permite...

1. **Definir su público objetivo.** Se trata de identificar a los clientes potenciales e investigar aquellos elementos en los que basan sus decisiones de compra, motivaciones y cambios de hábito
2. **Diseño de productos.** Sus atributos: tamaño, forma, características, usos, etc. Posicionamiento: línea de productos, precios de venta, presentación.
3. **La publicidad y la promoción.** Se trata de determinar los objetivos publicitarios y promocionales, la cantidad de dinero a invertir y selección de los medios a utilizar.
4. **La competencia.** El fin es conocer que estrategias y prácticas sigue la competencia en su política comercial, es decir: precios, productos, distribución, comunicación y mercados
5. **El problema del costo de la investigación y estudio de mercado.** Entre los empresarios y directivos de las pymes, el término investigación de mercado suele evocar imágenes de estudios interminables, complejos análisis estadísticos y, sobre todo, elevados presupuestos, considerando que la investigación de mercado es algo que solo tiene lugar en las grandes empresas y que solo ellas las puede pagar.

Conclusión:

Defina ¿Qué es exactamente lo que quiere saber? Y use los motores de búsqueda. Con paciencia, encontrará respuestas a sus preguntas.

19 – Comercialización: qué hacer, qué saber, qué entender.

Entender las necesidades de su público objetivo

He dicho en varias ocasiones que todo parte de una idea. Y cuál es el factor determinante para que esa idea tenga éxito?

Simplemente que usted parta de entender las necesidades de ese público que será compradores del producto o servicio que usted piensa vender.

Entender su mercado

Una realidad es que la competencia crece día a día. Poner un negocio en la red y darlo a conocer al mundo se hace en pocas horas. Si se hace bien, si se conocen las técnicas, estrategias y trucos hay muchas posibilidades de tener éxito. Por el contrario, si se lanza sin tener un plan, sin conocer los principios de la venta, sin conocer como se hace el marketing de relaciones en Internet es casi seguro que irá al fracaso y habrá perdido tiempo y dinero.

Cambiar el enfoque actual

Si usted empieza de cero tiene que ver que hace la competencia, como lo hace y a quien se dirige. Si usted está trabajando en el mundo real y quiere entrar en el mundo virtual repase todos los folletos, catálogos, publicidad y todos los documentos que hace llegar a su público. La publicidad suele hacer mención a cosas irrelevantes. Incluir grandes logotipos y una información “pesada y aburrida”. Eso es terrible. Esfuerzo y \$\$\$ perdidos porque el mensaje no produce el resultado esperado.

Ofrecer lo que sus clientes quieren

Si usted quiere ser exitoso en su negocio tiene que entender que las únicas personas importantes son sus clientes (actuales y en perspectiva). Tiene que diseñar sus comunicaciones, sus mensajes ofreciendo lo que ellos quieren. No en lo que usted quiere.

¿Qué quieren los clientes? Simplemente beneficios y algo importante: quieren sinceridad. Usted no puede intentar vender si antes no se ha ganado su confianza.

Aportar información UTIL que ayude a MEJORAR

Si usted envía a las personas un mensaje de venta muy bien escrito y le dice algo concreto como “usted obtendrá tal o cual cosa” y previamente no se ha ganado la confianza es probable que ese mensaje sea eliminado del correo electrónico sin siquiera haya sido leído.

Con lo expuesto, quiero decir que usted necesita tiempo al igual que las plantas necesitan tiempo para crecer una vez que haya plantado la semilla.

Una vez que usted envía información de utilidad gratis, esa persona se beneficia con esos mensajes suyos, usted puede hacerle llegar mensajes de venta enfatizando que el cliente RECIBE.

Inclusive en sus mensajes de venta informativos gratis, útiles, puede destinar un espacio para hacer conocer lo que usted vende. Y en cada nueva información que envía decirle una y otra vez la solución que brindan sus productos y servicios.

Escribir mensajes eficaces

Eche una mirada a las cartas y mensajes. La mayoría tiene fraseología pomposa y jerga técnica. De esa forma no motivan al cliente en perspectiva.

Observe que el cliente quiere saber los beneficios que logrará. En la era de Internet las comunicaciones por correo electrónico hacen fácil y económico llegar a muchas personas con un solo clic.

Transformar características en beneficios

Su tarea es transformar características en BENEFICIOS. Indique qué necesidades resuelve. Ellos no vendrán a usted por que sí. Así que comience por preparar un informe especial para distribuir gratuitamente.

Un informe donde usted venda sus deseos de brindar soluciones, de ser útil. Donde sus receptores perciban su vocación de servicio.

Y ese informe puede ser entregado gratis a quien lo solicita y entregado en varias entregas con la ayuda de un autorespondedor secuencial de emails. De esta forma, usted está presente en la mente de su candidato todas las semanas y poco a poco le va ofreciendo nuevos servicios.

20 – Qué hacer para que los mensajes de venta funcionen

Tenga claro a quien se está dirigiendo. Una comunicación correcta es cuando se dirige a un público específico. Estos deben percibir, al recibir su mensaje que se está dirigiendo a ellos.

Antes de escribir cualquier mensaje defina a quien se está dirigiendo. ¿es una persona particular? ¿es un grupo de personas con atributos comunes?

No suponga. Sepa. 9 de cada 10 se encontrará que se enreda sobre a quien se dirige y por ello su enfoque suele ser incierto.

Humanice su mensaje. Dirigiéndose a personas específicas puede motivarlas para actuar tan rápidamente como sea posible. Es mas, permite a estas personas saber que usted está hablando con ellos.

Tenga claro qué intenta lograr. Cada comunicación de venta tiene un punto para motivar la posible acción mas rápida.

Defina qué quiere que haga el receptor. Antes de escribir una sola palabra de cualquier comunicación, tenga claro la acción que quiere lograr por parte de quien lea su mensaje.

Evite estas palabras: “lea este mensaje”, “estudie esto”, “piense sobre esto”. Son frases que no producen resultados.

Entienda a su público objetivo. Enfoque su mensaje hacia lo que ellos quieren y hacia lo que está ansioso por conseguir. Para ello, quizás, previo a escribir el mensaje, necesite tiempo en conocer las necesidades de ellos.

Haga fácil conseguir lo que usted ofrece. En su mensaje usted puede pedir que lo llamen por teléfono las 24 horas, envíen un email o que lo visiten. Organice su trabajo para responder de inmediato toda demanda de información y toda compra que le hagan.

Realice seguimiento. Las personas solicitan información, se le responde una vez, y luego ¿hace seguimiento periódico? Si no es así, usted está perdiendo muchas ventas. Si tiene muchas demandas de información quizás necesite automatizar su trabajo de seguimiento utilizando un sistema de **“autoresponder secuencial ilimitado”**

21 – Qué tipo de e-commerce le conviene realizar

Empresas punto com que se organizaron para la venta directa al público han tenido serios problemas económicos.

Pro el contrario las empresas que se dedicaron a vender a otras empresas tuvieron buena facturación y las que tuvieron problemas se debieron a que se excedieron en los gastos. Gastaban mas de lo que entraba y a la larga eso produjo quebranto.

Pero, entrando en el tema a fin de que usted defina lo que mas le conviene conozcamos los diferentes tipos de e-commerce que son posible realizar:

B2B (business to business)

Mercado entre empresas, florecen sorprendentemente. Aún aquellos negocios tan establecidos como los fabricantes de autos mas grandes de los Estados Unidos, Ford y GM, transfirieron sus negocios a la Web.

B2C (business to consumer)

Incluye las actividades minoristas en la Web, como la venta de libros por parte de Amazon.com o los agentes de bolsa online. Amazon no tardó en proclamarse como la librería mas grande del mundo, aún cuando su stock de libros era mínimo.

C2B (consumer to business)

Es el mercado por el cual un consumidor o un grupo de consumidores utilizan la red en alguna forma para conseguir mejores condiciones en la oferta presentada por una empresa. Un caso son los posibles pasajeros que reservan boletos de avión en priceline.com, por ejemplo, dejando que la compañía aérea decida si acepta la oferta o no.

C2C (consumer to consumer)

Los consumidores compran y venden a otros consumidores a través de una plataforma de intercambio. Es el sector que incluye la nueva moda para los consumidores: los sitios de subastas como ebay.com que reúne a los oferentes de todo el globo, con lo cual tiene mayor ventaja sobre los mercados locales.

Algunos bienes y servicios se desarrollan para la web: los productos digitales que pueden ser distribuidos por vía electrónica. Ejemplo: el software para computadoras, boletos de avión (electrónicos), servicios de bolsa, bancos, seguros, libros digitales, periódicos digitales y cualquier elemento cuyo contenido pueda tomar forma digital es adecuado para la web.

Lo que funciona bien en el e-commerce no está predefinido para siempre, porque los cambios tecnológicos están aumentando las posibilidades todo el tiempo.

22 – Como descubrir y conocer a su competencia

Utilizando los buscadores puede encontrar la mayoría de sus competidores. Vea cuales son sus ventajas y desventajas, analice bien los costos y las alternativas que ofrece cada empresa.

Navigate el sitio web de la competencia. Si ya conoce la dirección URL, visítelo y hágase estas preguntas:

- Qué estrategias utiliza?
- Fortalezas?
- Debilidades?

Analice el diseño de su web:

- Es un diseño vendedor?
- Facilidad de navegación?
- Calidad de los contenidos?
- Ofrece un boletín electrónico?

Búsquelo en los motores de búsqueda, Realice una búsqueda en dos o mas motores de búsqueda para determinar que tan grande es su presencia en la Red.

¿Qué pasa si no encuentra competencia?

Analice con detenimiento su proyecto, puede suceder que no tiene un mercado potencial en Internet o bien, que está frente a una gran oportunidad de negocios pendiente por ser explotada.

Conocimiento del sector

Debemos partir del conocimiento del sector, de su estado actual y de cómo puede ir evolucionando a corto, medio o largo plazo. Es tratar de anticiparse o estar preparados para hacer frente a las circunstancias o hechos que pueden afectar a su sector de actividad.

Hay que saber...

- Identificar que ofrecen y ventajas diferenciales con usted.
- Que venden, nombre del producto, posicionamiento
- Como venden. Garantías. Política de precios.
- Qué imagen de mercado tienen. A quien venden.
- Identificar segmentos de mercado donde usted es fuerte
- Encontrar áreas en las que la competencia no es líder
- Destacarse de la competencia (utilice buscadores para encontrarla y descubrir que ofrecen para presentar cosas que le hagan a usted diferente.

Una vez que ubique a su competencia...

- Analice cuidadosamente la apariencia de su web, navegación y contenidos.
- Aproveche a investigar qué ofrece en productos, servicios y ofertas especiales.
- Descubra sus estrategias para vender, si ofrecen un boletín electrónico
- Pregúntese ¿cómo puedo hacerlo mejor?

Conclusión

Además de los competidores directos que ofrecen los mismos productos o servicios en el mismo ámbito geográfico, a diario surgen nuevos competidores y hay que conocer lo que cada uno va ofreciendo a fin de adecuarnos y mejorar constantemente.

Tarea: conocer el mercado y conocer lo que hace la competencia es posible gracias a los motores de búsqueda.

23 – Cómo diferenciarse de la competencia y ser único

A menudo muchos negocios construyen su estrategia de marketing alrededor de una marca en particular. Desde mi punto de vista en la era digital, la superioridad es cuestión de habilidad y no de antigüedad (que permitió la fama de una marca).

Es muy poderoso que las personas perciban que usted es el 1º, único, diferente. La verdad quizás es que lo que usted ofrece es igual que lo que ofrecen sus competidores.

Lo que importa es como lo percibe su público.
Hay que trabajar para posicionarse en la mente de su público como el mejor. “ellos deben ser los mas buenos porque son los líderes”.

En este momento, usted se debe preguntar como se logra esto.

Usted no necesita el permiso de nadie para ser exitoso. Muchas empresas con un producto excelente de alta calidad no logran diferenciarse, crear una percepción de ser el mejor y quedan ahogados en una categoría conocida.

Las personas quieren lo mas nuevo, lo último, lo mas rápido, etc.
Quieren el producto principal, quieren lo mejor. Y cuando digo “lo mejor” no necesariamente quiere decir “lo mejor”, sino lo que las personas PERCIBEN como que es “lo mejor”.

Qué hace usted para producir este efecto? Si en ninguna de las categorías conocidas usted puede ser el primero, cree su propia categoría. Creando su propia categoría darán un gran paso porque es muy difícil que le copien.

Si por ejemplo usted se dedica a organizar viajes, puede especializarse en “viajes de negocios” o ser el “primero en servir de puente para viajes comerciales de banqueros, financistas y agentes de bolsa” o “el primer agente de viaje para el inversor inteligente”.

No basta con que usted sea de los buenos en su sector, tiene que ser el primero!

Se trata de “pegar” su nombre en la mente de las personas. Usted nunca tiene una segunda oportunidad de dejar una primera impresión.

Ejemplo:

Cuando usted se presente a otros, use su único nombre, su única categoría y los beneficios que proporciona.

No basta con decir: “hola, mi nombre es Alberto García y hago el trabajo de consultor en marketing online”

Una buena presentación sería: “mi nombre es Juan Perez, trabajo para producir una explosión de emprendedores y emprendedoras en países de habla hispana, también ayudo a convertir los negocios en imanes poderosos”

Sus palabras de presentación, su tarjeta “discurso”, su presencia y su sonrisa hará 2pegar” su nombre en la mente de las personas que son su público objetivo.

¿Ve usted la diferencia?

24 – Cuánto invertir para crear un negocio online

Al igual que crear un negocio en el mundo real, para ir online todo depende del proyecto de negocios, de su potencial de ventas y ganancias.

La diferencia es aquí, si el negocio es pequeño, no hay alquiler, ni empleados ni gastos fijos tan comunes en un emprendimiento en el mundo real.

Crear, promover y consolidar un negocio virtual requiere, al igual que en un negocio real, definir cuanto estamos dispuestos a invertir, en tiempo y dinero y en que plazo.

La inversión puede ir desde veinte dólares a millones de dólares.

Este artículo no tiene como objetivo sugerirle una cifra puesto que esta dependerá de lo que usted pretenda conseguir, sino darle una idea sobre una pregunta que muchos se hacen.

En los primeros doce meses, dependiendo del rubro de actividad, es difícil lograr que los ingresos superen a los egresos.

Es un período donde se invierte en software, hardware, conexiones, líneas telefónicas, en el desarrollo y diseño de su website, hosting, etc.
El monto de la inversión depende del proyecto de negocio y su capacidad económico-financiera.

Bastante tiempo se destina a promocionar su web y generar tráfico.
Si se tienen pocos recursos, puede utilizar los recursos gratis que hay en la web y también invertir en lugares pagos. Todo depende de su presupuesto.

Conseguir una base importante de visitantes le llevará tiempo y durante ese tiempo la inversión en marketing será una de las grandes partidas de su presupuesto.

Mas allá de los 12 primeros meses, el volumen de visitantes, consultas y pedidos puede exigir incorporar personal especializado en marketing, técnicos, diseñadores, etc., a fin de corregir sobre la marcha, los problemas técnicos que vayan surgiendo en el desarrollo de la organización.

Otro punto que exige fuerte inversión es el mantenimiento del contenido de su web, que es lo que atrae a los visitantes. El monto necesario dependerá se se necesita actualización diaria, semanal, trimestral o en tiempo real, como es el caso de sitios de inversión, de noticias, etc.

Si usted es un emprendedor que trabaja desde su casa y sin empleados los costos para una infraestructura eficaz para comercializar en Internet podrían ser:

- Una PC y conexión a Internet. El valor es diferente en cada país.
- Registro nombre de dominio punto.com: \$us 15.- anuales
- Hospedaje sitio web. Hosting profesional: \$us 10 a 15 mensuales
- Autoresponder Secuencial ilimitado de e-mails: \$us 28.-
- Publicidad en avisos clasificados gratis: sin costo
- Crear boletín electrónico propio – sin costo
- Contratación para el cobro con tarjetas de crédito online: \$us 49. por única vez
- Total inversión: menos de 20 dólares al mes para estar presente en la web dando una fuerte imagen y presencia, ganando credibilidad, confianza, vendiendo productos y servicios y dándose a conocer a nivel internacional sin limitaciones en su expansión y posicionamiento en la red.

Conclusión:

1. Lanzar una web de e-commerce, es muy semejante a crear cualquier empresa de servicios en el mundo real. Los resultados de ven a medio y largo plazo.
2. Promocionar un comercio virtual es menos costoso que un negocio de servicios en el mundo real ya que se pueden poner anuncios clasificados gratis y utilizar una gran cantidad de recursos gratuitos que ofrece la red.

En mi caso he desarrollado y desarrollo negocios virtuales invirtiendo solo tiempo y esfuerzo. La ventaja es que uno tiene control de todos los detalles y aprender a hacer muchas cosas que si formara parte de un gran grupo no tendría acceso.

25 – Qué saber para ser exitoso en la venta

Comercializar no es una batalla de productos, sino de percepciones

- Si las personas perciben que usted está en el negocio,
- Que tiene un valor agregado en ventaja sobre su competencia,
- Usted terminará por crear confianza y credibilidad

La credibilidad es fundamental

- El recurso mas importante de un comerciante es su credibilidad y mucho mas en los negocios en Internet
- La credibilidad en la era digital es como oxígeno: importante e ineludiblemente esencial.

Los boletines electrónicos (ezines o newsletters)

- Tener su propio boletín ayuda a tener confianza y credibilidad hacia usted
- Permite llegar constantemente a sus perspectivas y así les da la oportunidad de conocerlo, de saber como piensa usted.
- Contribuye a crear valor,
- A crear confianza. Ellos le dan un valor a usted y a su sitio.
- Ello es fundamental a la hora de decidir comprarle a usted.

De las ventas depende su éxito

- Su éxito y felicidad , no tan solo en los negocios sino en todos los contactos con otras personas dependerán de su destreza como vendedor
- Se dé cuenta o no, usted realiza ventas constantemente

- En todo momento: con su potencial comprador, con sus amigos o con su familia, usted está vendiendo, vendiéndose a si mismo sus ideas, sus servicios o productos.
- Usted debe conocer no tan solo los servicios que puede proporcionar, sino la mejor forma de presentar esos servicios a sus candidatos.

La venta hoy en día

1. La complejidad creciente de nuestra economía, el desarrollo de nuevos productos y servicios y los grandes avances tecnológicos han creado la necesidad de un nuevo tipo de venta.
2. Ahora nos damos cuenta de que el proceso de venta es en realidad un proceso de compra, pues la decisión final de la compra se toma por parte del comprador.
3. La venta en Internet requiere creatividad y pone la relación comprador-vendedor sobre una base de profesionalidad.

No existe el cliente que no desee comprar nuestro producto

- Lo que si hay son personas a las que no hallamos la forma de convertir en clientes.
- Y para convertir a una persona en cliente, el vendedor ha de saber “sintonizarla”, ponerse en frecuencia.
- El magnate norteamericano J.P. Morgan subrayó que quien fuese capaz de conquistar al cliente, tendría asegurado un brillante porvenir.

26 – Como organizar un programa de revendedores

Crear un programa de afiliados para su propio producto o servicio es una de las maneras mas poderosas de comercializar en línea,
Un programa de afiliados es básicamente un “programa de revendedor”

Mucha gente estará interesada en distribuir sus productos, servicios o recomendar su sitio web, ¿por qué no recompensar a esta gente que nos recomienda?

Cada programa de afiliados tiene un porcentaje de ganancia que puede ir de un 5% a un 50% dependiendo del tipo de producto o servicio.

Un programa de afiliados, una manera fácil de conseguir ventas. Piense que si tiene 100 afiliados que trabajan su propio producto usted está multiplicando por 100 las posibilidades de realizar ventas.

Imagine si consigue mil inscriptos a su programa de afiliados.

Además, si su producto es de calidad y necesario, los inscriptos ganarán mucho dinero, por lo que intentan vender mas para el mes siguiente.

Clickbank.com ofrece el servicio de cobrar mediante tarjeta de crédito a sus clientes e incluye dentro de él, un programa de afiliados que usted puede utilizar.

27 – Comportamientos de marketing creativo

Actitud activa

- Hay que actuar, hacer algo, mejorarse continuamente
- No estar con las manos quietas ante un mercado duro y difícil.
- Nadie puede dormirse en los laureles
- Sus ideas no atraerán mucho la atención a menos que atraigan alguna crítica
- Pocas ideas nacen perfectas

Crítica positiva

- Actitud de crítica: mirar errores propios, juzgarlos serenamente y mejorarlos
- Las críticas positivas nos ayudarán nuevamente a triunfar.

Serenidad

- Una persona con mentalidad de marketing no debe correr, pero tampoco puede ser una tortuga
- En esta era todo cambia a velocidad que da vértigo y
- Hay que saber adaptarse, ser flexible

Objetivos

- Hechos y realidades. La verdad tal como es
- Hay que actuar con la mente y no con el corazón
- Debe observar las cosas con objetividad
- Visualizar la verdad, la realidad
- Aprender, verificar hechos, realidades
- DEBE aplicar a los hechos el poder de las ideas

Pensar en el futuro

- El futuro existe, hay que pensar en él
- Todo lo que haga ha de ir encaminado a ese futuro que va llegando a cada minuto que pasa
- Si usted es empleado, su única seguridad laboral futura es hacerse indispensable
- Si usted aporta ideas de mejorar se hará indispensable porque una empresa triunfa y/o fracasa sobre la base de su promedio de mejoramiento.

Energía en la acción

- Cuando una cosa está decidida, hay que hacerla inmediatamente

Control de su actuación

- Mediante todos los medios que tenga hay que mirar continuamente lo que hace.
- Ver si se cumple todo lo que decidió y aún mas,
- Si esto es lo mejor para su empresa

28 – Cómo subirse a la ola del futuro y conseguir mas ventas en un mercado hiper positivo

La ola del futuro es encontrar un nicho específico y convertirse usted en el mejor especialista del sector.

- La meta es encontrar su nicho específico
- En un mercado competitivo conseguirá mas con menos
- La palabra mágica, sobre la que se mueven los mecanismos de mercado, se llama “posicionamiento”, que significa vender la idea de un objeto en sí mismo.
- Existen casos de productos de consumo que han logrado un gran éxito a pesar de tratarse de objetos normales, similares a tantos otros existentes en la competencia.

El posicionamiento no es intervención sobre un producto...

- Sino sobre la mente del destinatario potencial de la comunicación escriben Al Ries y Jack Trout en su libro “posicionamiento” – editado por Mc Graw Hill
- La manera mas sencilla para acceder a la mente de una persona es la de llegar primero.
- Una empresa tiene que crear una posición en la mente de quien recibe el mensaje
- Una posición que tenga en cuenta, no solo los puntos de fuerza o debilidad de la empresa misma, sino también los de la competencia.
- En la era del posicionamiento no basta con descubrir o inventar algo, Puede no ser ni siquiera necesario.
- Lo que importa es conquistar los primeros la mente del consumidor.

En otras palabras venda la idea... y venderá el producto

Se trata de encontrar la forma adecuada de presentar la idea de marca de su producto. Los pasos son tres:

1. Halle el mensaje correcto
2. Use medios de comunicación correctos
3. Entréguelos al mercado correcto

Otros aspectos para el posicionamiento son:

- Situar una marca en la mente del consumidor es la base del posicionamiento. El correcto posicionamiento de una marca o producto es importante pues constituye la base de la planificación estratégica del marketing
- Lograr que el usuario perciba claramente el servicio, la calidad, la rapidez, el precio, etc como un valor añadido.
- Marcar ventaja competitiva en base a los puntos fuertes reales de nuestra propuesta.
- Crear tendencia, En cualquier establecimiento se ponen a la venta productos que casi nadie habría soñado comprar si no hubiera sido adquiridos por personajes famosos. La estrategia está en transformar un producto normal en un objeto de “tendencia” logrando que lo utilicen personas a quienes el público admira e imita.

Qué posición queremos ocupar?

Es importante individualizar la posición que podríamos ocupar a largo plazo. Para lograrlo es fundamental especializarse. Cuando se intenta ser todo para todos, se termina por no ser nada para nadie.

Tenemos suficiente dinero?

Para hacer propia la mente del consumidor en general se necesita dinero, de la misma manera que se necesita para establecer una posición y mantenerla.

Podemos resistir?

Las empresas tienen que razonar a largo plazo, determinando la propia posición de base y manteniéndose coherentes. Si bien no debería cambiar su estrategia-base de posicionamiento, debería sin embargo modificar sus tácticas, es decir, las maniobras a corto plazo para evitar el factor aburrimiento.

29 – como crearse un nombre y marca en el mundo de Internet

Tener su propio dominio es un factor que contribuye a dar credibilidad de su negocio.

Indica que su negocio no es transitorio. Demuestra su intención de permanecer y crearse nombre y marca en el mundo de Internet.

Cuando usted tiene que poner nombre a algo dedique tiempo para encontrar el nombre acertado. Tenga claro los objetivos que desea conseguir. Prepárese. Defina con exactitud cual es su objetivo, que desea conseguir con ese instrumento al cual tiene que poner un nombre.

Un dominio es la dirección de su empresa en Internet.

Tiene que ser fácil de recordar y escribir. El nombre de dominio acertado es aquel que transmite su idea lo mas concretamente posible, de que se trata su negocio.

El nombre de dominio es el nombre de la tienda tradicional. El local comercial se ubica en la web y tiene que competir con millones de otros nombres. Para elegir el nombre acertado, usted tiene que ser creativo, dedicarle tiempo a este tema.

La elección del nombre

Hay dos elementos importantes a considerar: credibilidad y posicionamiento. Su nombre de dominio es como la portada de un libro y las personas juzgarán su libro probablemente por su portada.

Un nombre simple y corto es lo ideal.

En lo que se refiere a posicionamiento es aconsejable que el nombre de dominio refleje la naturaleza de su sitio, resultado o beneficio que ofrece.

En síntesis: un buen nombre de dominio debe ser fácil de recordar y divulgar.

Conclusión:

Su dominio va a ser su tarjeta de visita en Internet. Si usted da facilidad para recordar su web, es decir tiene un nombre pegadizo, fácil de escribir, tiene muchas posibilidades que sus visitantes le retengan en la memoria y le visiten una y otra vez.

30 - palabras irresistibles que atraen

Las dos palabras de mayor potencia que pueden emplearse en una cabecera son GRATIS y NUEVO.

De vez en cuando puede utilizarse GRATIS pero casi siempre puede adoptarse la palabra NUEVO.

Recorriendo navegar artículos publicados en idioma inglés, solicite todos los boletines y reciba ofertas de productos y servicios.

Observará (y puede ir anotando como hice yo) palabras y frases impactantes. Y si ellos la utilizan es porque además de impactar produciendo atención, también les produce resultados.

Hay que probar, yo lo hago y siempre pruebo alguna diferente. Ahora lo comparto con usted, le ahorro varios días y días de trabajo pero, por favor, investigue y busque usted también. Con creatividad e imaginación usted tiene que encontrar la receta que le produzca resultados a usted.

Las palabras más utilizadas, entre otras, son:

DESCUBRA
FÁCIL
GARANTÍA
SALUD
AMANTE
DINERO
NUEVO
PROBADO
RESULTADOS
SEGURIDAD
USTED
GRATIS

Otras palabras y frases que producen efectos maravillosos son:

MEJORE
COMO LOGRAR
AQUÍ ESTA
REVOLUCIONARIO
ORIGINAL
EFECTIVO
MÁGICO
OFERTA

IMPORTANTE
ASOMBROSO
BENEFICIO
REVELADO
NECESARIO
DESAFIÓ
SECRETO
URGENTE
ULTIMA OPORTUNIDAD
RESULTADOS

Pueden parecer muy usados pero surten efecto. Son palabras que siempre han utilizado los anunciantes de ventas por correspondencia y similares, tanto en cartas de ventas como en publicidad de diarios y revistas. Hoy, las campañas de venta por e-mail requieren usar en el "asunto" titulares con estas palabras.

Ej: "COMO CREAR EMPRESA EN UNA ERA DE INCERTIDUMBRE"
El titulo, impacta a un grupo de personas, se sienten atraídos a leer el texto, el contenido, pero a otras personas no les causa ningún impacto. Por este motivo usted tiene que probar diferentes títulos hasta encontrar el que produce resultados en su público objetivo.

Y si los resultados no son lo que se espera es muy probable que haya que cambiar los titulares para cambiar los resultados.

31 – Secretos para formular una estrategia exitosa en Internet

La mayoría de las personas quiere conocer el secreto de varios temas “¿cómo conseguir mas tráfico? ¿Cómo vender mas? ¿Cómo ganar dinero? Etc.

Y una contestación de estas preguntas suele responder...

- “Es demasiado confuso” “no es para mí (o para mi negocio)” “no es suficientemente específico” y así sucesivamente
- Estas personas quieren respuesta de la persona experta
- Y qué sucede?

Estos emprendedores quieren tomar un atajo y ante respuestas lógicas, ignoran a éstas...

- La realidad es que no hay ningún secreto real para lograr el éxito en Internet
- No hay ningún secreto que consiga hacer rápidamente rico,
- Muchas estrategias esenciales son consideradas a menudo como secretos porque la mayoría de las personas tienden a pasar por alto las cosas que normalmente tienen delante de sus ojos.
- Y lo ven aburrido o demasiado simple para ser “secreto”
- Pero en realidad, muchas de esas cosas simples tienen suma importancia.

Dentro de los muchos elementos esenciales traeré aquí solo cuatro:

100 % motivación y 100 % compromiso con la excelencia

- Comprométase hacia usted y hacia sus clientes
- Escríbalo en su website, en sus cartas de venta, en toda comunicación que haga, en todo servicio que preste a sus perspectivas y clientes.
- Igual cuando hable por teléfono: hable sonriente para que del otro lado perciban su sonrisa.
- Haga sentir a su receptor su compromiso y usted también lo percibirá.

Enfoque. Encuentre su nicho

- Encuentre su nicho, estreche su enfoque (especialícese en cierto campo)
- De esa forma, será mas eficaz
- Las personas que busquen un tipo específico de información llegarán a usted que es el experto, el especialista.

El blanco, el público objetivo

- Se trata de pescar donde los peces nadan
- En otros términos, no tiene ningún sentido promover su sitio, su producto o su servicio delante de personas que nunca van a ser interesados auténticos en comprar su producto o servicio exclusivo.
- Por lo tanto, para definir a su cliente perfecto, pregúntese: quien es, que hace, que le interesa, que web visita, a que boletín electrónico está suscripto
- Entonces, el próximo paso es ir donde está su cliente en perspectiva y traerlo de la mano.
- El tipo de información que usted proporcione debe tomar a los visitantes de su web por la mano y llevarlos amablemente a la acción.

Marketing viral para hacerse conocido

- ¿Su nombre de dominio refleja el beneficio de su web?
- ¿Es fácil de recordar y pronunciar?
- Eso es lo primero
- Ahora, lo siguiente es hacer conocer a las personas que usted existe y hacer que repitan la visita a su web.
- A veces se requiere la influencia de los motores de búsqueda, de foros de discusión, etc.
- Otra forma de multiplicar es ofreciendo un libro digital gratis, un informe gratis, que a su vez ellos pueden distribuir libremente. Eso se llama marketing viral tema que trataré mas adelante.

32 – Cómo diseñar un sitio web para retener visitantes

Con el diseño de sus páginas web es donde empieza todo.

En Internet millones de usuarios navegan y entran en diferentes sitios a echar un vistazo y si les gusta lo que ven se quedan y sino se largan a otro sitio rápidamente.

Si usted no tiene algo para retener a ese visitante lo habrá perdido, probablemente para siempre.

Capte la atención del visitante.

Focalice. Su página tiene que ser como la portada de un periódico o una carta de venta: debe cautivar al público o no comprarán el periódico.

Bien organizada y fácil de usar.

Qué es exactamente lo que usted quiere que sus visitantes hagan? Un web site eficaz debe tener una meta específica, debe tener un objetivo claro que lleve a la acción específica o a un resultado deseado. Su sitio debe perseguir algo: ya sea vender un producto o ganar a un cliente o lograr que solicite mas información.

Evite confundir.

La mente odia la confusión. Los visitantes solo pueden hacer una cosa a la vez. Si ellos tienen que hacer demasiada cosa en la primera página, ellos no harán nada. Si usted quiere ofrecer una variedad de opciones diferentes, entonces intente enfocarse en una sola y cree otras páginas para cada uno en particular.

Su primera página...

Debe tratarla como la tapa de un libro o la página delantera de un periódico, por así decirlo. Debe incitar a los lectores a continuar, a saber más. Escriba frases cortas y precisas. Debe usar un idioma que su público pueda entender fácilmente,

Titulares.

Los títulos "con garra" dan énfasis al tema mayor y el centro de los beneficios que usted ofrece.

Una buena técnica es decir:

- Con este sitio usted consigue
- En este sitio usted encontrará
- Visitando este sitio usted aprenderá
- Aquí tiene las razones por las que usted debe hojear este sitio

Señale un problema

Señale un problema que la gente tiene (o que puede experimentar sin los beneficios de su oferta) y su solución.

Muestre lo que su web DA para su beneficio.

La primera página debe destacar que hace usted por resolver rápidamente el problema que su visitante tiene.

Sea profesional, simple, y brinde una buena impresión

En ventas se dice que usted nunca tendrá una segunda oportunidad de dejar una buena primera impresión. Los visitantes tienen que ser positivamente impactados por la primera página que es donde el proceso de la venta realmente empieza.

Actualización

Su web es la cara de su empresa. Debe ser actualizada siempre, contener información al día tan a menudo como sea posible y tiene que ser dinámica.

Proporcione información de contacto

Para recibir pedidos, antes hay que dar una imagen de credibilidad y confianza. Luego mostrar varias formas de pago y en suministrar información clave, aspecto que muchos omiten: la información de contacto. Son esenciales: su nombre completo, cargo que ocupa o profesión, teléfono (con prefijo internacional y nacional), email y dirección postal.

33 – Marketing viral: estrategia de venta que produce resultados

Internet está creciendo mas rápidamente que la mayoría de los comerciantes tradicionales quisieran.

Internet ha cambiado el tiempo y la distancia cambiando para siempre el modo en que vivimos, aprendemos y trabajamos.

Las personas que practican navegación en la red van de un sitio al otro, abriendo ventanas múltiples y sin detenerse mucho en cada una de ellas.

Esta no es una buena noticia para quienes necesitan capturar visitantes que lean su mensaje de venta completo y así lograr que compren su producto o servicio.

Sin embargo todavía hay algunas maneras de hacer que in visitante regrese a su sitio como cliente.

Una de las maneras mas fáciles de hacer eso está ofreciéndoles informes y ebooks (libros digitales)

No tiene costo publicar y entregar ebooks digitalmente. La gente puede descargarlo inmediatamente o pedir por él a través de un autoresponder y recibirlo en cuestión de minutos.

Ofrezca ebooks de regalo por comprar alguno de sus productos o servicios principales.

La gente comprará el producto o lo tendrá en cuenta para cuando lo necesite.

Aumente los suscriptores a su boletín electrónico ofreciendo ebooks gratuitos. Eso dará un incentivo para que se suscriban.

Si usted quiere ofrecer su ebook, puede ofrecer como muestra gratis uno o dos capítulos. Ofrezca la opción de pedir la versión completa.

Usar los ebooks con otras técnicas puede también aumentar tráfico hacia su website. Puede darle el ebook gratis a un webmaster y permitirle distribuirlo gratuitamente.

Usted puede incluso vender la publicidad dentro de sus ebooks. Especialmente si usted los publica periódicamente reciben mucha mas credibilidad y generan mas expectativas.

Los e-libros son algo para pensar en utilizar pues es una de las tendencias de mas grande alcance en la comercialización en el Internet de hoy.

34 – Que alternativas de pago puede ofrecer en su web

Si usted tiene un negocio en Internet y desea vender producto o servicios, debe implementar un sistema de cobro automático on line con tarjeta de crédito.

También ofrezca otras formas de pago (giro postal, cheque, depósito bancario, transferencia bancaria, transferencia por Western Unión, etc.)

Haga fácil el proceso de comprar su producto o servicio. Los medios de pago que usted ofrezca son importantes para el éxito de su negocio. Aumentará ventas. El mejor diseño de página, el mejor producto y un precio competitivo pueden perder ventas si su proceso de pedidos es complicado o los medios de pago no es el más conveniente para el comprador.

Hacer pedidos en Internet es una cosa nueva. Mucha gente no ha hecho nunca un pedido online y puede sentirse insegura cuando lo hace la primera vez.

Explique cada paso, cada aspecto. Crea confianza!. Explique como rellenar el formulario de pedido, como se le va a enviar el producto, días que puede tardar, etc.

El tiempo, la velocidad, la automatización son temas que las personas tienen muy en cuenta. Si usted no le ofrece algo concreto, claro y fácil de comprar, es probable que en pocos segundos salgan de su sitio y vayan a otro.

Se debe habilitar un formulario para hacer el pedido y es conveniente explicar que hasta que no aprietan el botón de "enviar" en el formulario de pedido, éste no será enviado. Cada día está entrando gente nueva a Internet.

Si al principio ha entrado la gente mas relacionada con alta tecnología, queda por entrar muchísima gente que hay que explicarle muchos detalles que a

nosotros pueden parecer obvios. Por ejemplo si su formulario está en un servidor seguro, no estará de más explicarles que en Internet Explorer se visualizará un candadito como muestra de seguridad y en el Netscape se visualizará una llave. Todo esto contribuye a generar confianza y siempre es preferible explicar en exceso este tipo de detalles, normalmente desconocidos por la mayoría.

Automatice el Proceso

A la hora de escoger una forma de recibir pedidos automáticamente y de acertar el pago mediante tarjeta de crédito, usted busca:

- Que el número de la tarjeta de crédito sea comprobado en tiempo real
- Que el dinero sea cargado al cliente y puesto automáticamente a su disposición
- Que el cliente reciba una confirmación de su pedido vía e-mail

Existen dos maneras de ofrecer una forma de pago segura a sus clientes:

1. Subcontratar el servicio a una empresa especializada
2. Comprar el software e integrarlo en el servidor de su empresa.

En el segundo caso hay que invertir alrededor de 35.000 a 40.000 dólares y luego tiene un costo de mantenimiento. Eso se justifica solo en grandes empresas con una alta facturación.

Subcontratar el Servicio a una Empresa Especializada es una manera económica de ofrecer una forma segura de pago para aquellas empresas que dan sus primeros pasos en Internet.

Cada día son más las empresas que ofrecen este tipo de servicios. Las importantes son Cybercash, Digicash, CyberSource, OrderTrust, E-Bill, GloBill-Systems, etc.

Sin embargo, hay que tener en cuenta que el costo por transacción puede ser elevado, siendo una pesada carga si el volumen aumenta sustancialmente. Normalmente, estas empresas requieren una cuota inicial, un porcentaje por cada transacción y una cuota anual de mantenimiento.

A continuación le haré un comentario sobre una empresa con la cual IniciativasNet.com trabaja para el servicio de cobrar las ventas que se realizan. <http://www.clickbank.com>

Cómo funciona ClickBank Esencialmente, ClickBank es un intermediario entre su empresa y el cliente comprador. Su Web Site mantiene un protocolo SSL (Secure Socket Layer), que garantiza la seguridad de cualquier transacción

mediante la tecnología de "encryptación" y un CGI Script que después de cada venta, envía la información de pago "encryptada".

Click**Bank** transmite esta información al banco, el cual tiene el software para recibir, "desencryptar", y confirmar la transacción. El Banco envía la confirmación de vuelta a Click**Bank** y de allí a la Web Site, en donde el cliente recibe el mensaje de aceptación o no de la operación.

Todo este proceso dura unos pocos segundos

Click**Bank** es la solución más conveniente para aquellas empresas que quieren empezar en esto del e-commerce sin incurrir en gastos fijos iniciales.

Los usuarios de Click**Bank** deben pagar una mínima cantidad por abrir una cuenta.

Con ese pago, Click**Bank** brinda un Programa de Afiliados para que usted pueda pagar comisiones a quienes vendan sus productos y ellos son garantes del pago directamente al intermediario.

¿Es seguro comprar on line usando Tarjetas de Crédito?

Un punto de seguridad es que si bien no se pide la firma, hay que dar datos que no están contenidos en el plástico como es la dirección con la que está dada de alta su Tarjeta de Crédito y esta debe coincidir con la base de datos bancaria, de lo contrario es rechazada esa transacción.

Otra seguridad la brindan el envío de datos "encriptados", es decir convertidos a códigos complejos indescifrables por alguien que intercepte ese envío de datos.

¿Es posible que una vez realizada la transacción exista la posibilidad de que el negocio donde ha comprado, pueda posteriormente generar cargos fantasmas en su tarjeta de crédito?

La respuesta es NO, simplemente porque ese negocio NO TIENE ACCESO a los datos de la Tarjeta de Crédito dado que la transacción se hace entre la Terminal Virtual y el Banco.

En el mundo físico, si usted extravía la tarjeta en la calle, alguien podría hacer compras con ella simplemente falsificando su firma. Por todo lo expuesto, se puede afirmar que una transacción electrónica online ofrece seguridad al igual, o mejor, que en el mundo físico en tanto y en cuanto la misma se realice con las características enunciadas en este artículo.

Debemos tener en cuenta que existen Sitios Web que solicitan muchos de los datos mencionados, pero luego no procesan la información en forma

encriptada, sino que procesan dicha información en forma manual. En ese caso si pueden existir riesgos.

35 – Qué necesita para desarrollar un negocio en Internet

En Internet, para desarrollar un negocio usted necesita 3 cosas:

1. Un producto
2. Ponerlo en la red (website)
3. Darlo a conocer (caso con erario nadie se enterará que existe)

1. Un producto:

Puede ser un producto físico o digital. Puede comprárselo a otro, adquirir la licencia de reventa y revenderlo, o puede producirlo usted (libro digital, videos, cintas de audio, consultoría, etc). Lo ideal es crear su propio producto ya que ganará el 100 % de lo que produzca.

2. Website:

Usted tiene que diseñar su propio web y en estos momentos tiene a su favor que los programas de diseño son de fácil manejo. Armar su página web es cuestión de sentido común. Piense que es su tarjeta de presentación, su catálogo a todo color. Es algo similar a los titulares de los periódicos. Nadie compraría el periódico si los titulares no llamaran su atención.

3. Promoción:

En el momento de diseñar su web usted tiene que ser claro, que los visitantes sepan quien es usted e invitar a la acción, invitar a que conozcan mas sobre usted y sus productos. Para ello usted dice que le envíen un email o lo que

usted considere mejor. Lo cierto es que cuando usted invita a la acción, usted tiene que CUMPLIR.

Si usted ofrece mas información a quien lo solicite por email, es imprescindible CUMPLIR en menos de 24 horas TODA demanda y si no lo hace es probable pierda ventas.

Para organizar su promoción de ventas, la mas poderosa herramienta, la que utilizan los expertos es un autoresponder secuencial personalizado.

Conclusión:

Para triunfar...

- Decida que desea con claridad
- Siempre es mejor hacer que hablar
- Enfoque en lo que tiene)alternativa: lamentarse por lo que no tiene)
- Emprenda la acción (con solo el deseo no basta)
- Fíjese en lo que funciona y en lo que no (así evitará gastar energía en procedimientos inútiles)
- Y CAMBIE procedimientos hasta conseguir lo que desea (la flexibilidad permite emplear nuevos métodos y conseguir nuevos resultados)
- Hay muchas maneras de ganar dinero en Internet. Pero lo primero es su actitud. Su actitud es su mejor amigo o su peor enemigo. Hay muchas maneras de triunfar en cualquier clase de trabajo pero es usted, quien decir hacer lo que haya que hacer. Todo requiere tiempo y esfuerzo.
- Qué calidad determinante DEBE usted tener para triunfar? Imagine a un científico... Cuál cree usted es su cualidad mas importante? Una mente veloz? Una memoria milagrosa? Numerosos y altos procedimientos educacionales? El VALOR determinante es tener un elevado interés por la ciencia!! Y eso se aplica a todas las ocupaciones!!

Usted DEBE tener un alto grado de interés en su trabajo!

36 – mi web tiene visitantes pero no vende

Mi sitio tiene muchas visitas pero no vendo

- ¿Qué estoy haciendo mal?

Ante esta situación formulo estas preguntas:

1. ¿Conoce usted el e-mail de sus visitantes? ¿Ha creado una Base de Datos con esos potenciales compradores? ¿Hace seguimiento, les actualiza información? ¿Qué está haciendo para crear confianza y posicionarse en la mente de ellos como el mejor en su campo de actividad?

2. ¿Su sitio hace fácil, al visitante, encontrar lo que usted vende? ¿Tiene un lugar donde sus visitantes pueden formular preguntas? ¿Existe una dirección de correo electrónico donde ellos puedan enviarle sus inquietudes?

3. ¿Hace fácil su sitio el comprar sus productos o servicios? ¿Aclara que métodos de pago están dispuestos a aceptar, cuánto cuesta el envío y por qué medio se enviará el producto?

- Preguntas que usted debe contestar!!
- Todas y cada una, para que pueda cerrar una venta.
- Cuando alguien visita su Web y se va, es como si dijera NO.
- Es el equivalente a lo que le sucede a un vendedor en el mundo tradicional y el cliente le dice NO.

Ahora bien, cuando el cliente dice NO las posibilidades de que usted logre hacerle cambiar de parecer son mínimas.

- Los vendedores profesionales que lean esta afirmación me dirán "Falso, más de un 90% de los negocios que yo realizo viene después de que un cliente ha dicho NO".

Lo cierto es que los clientes nunca cambian su parecer inicial, pero si pueden tomar una nueva decisión basados en una nueva información.

- Ve usted la diferencia?, cuando el cliente dice NO, usted no puede pretender que él cambie de opinión, que cambie de modo de pensar sin que nada nuevo ocurra.

En estos momentos usted se está preguntando ¿qué tiene que ver esto con que los 6.000 clientes que visitan mi Web no comprenden su producto o servicio?

- Es simple. Ellos visitan su Web porque tienen interés en lo que usted ofrece pero si lo que ven en solo pocos minutos no responden las preguntas que se hace, se va y quizás nunca regrese.
- Y lo peor es que usted no sabe quien es esa persona y por ello no puede ampliarle información, presentarle un beneficio adicional, algo que el visitante no ha captado en esos minutos que visitó su Web.

Solución Sencilla y Económica

1. En su Web usted tiene que ofrecer un informe, un curso o un boletín de noticias y ofrecerlo atractivamente de forma que el visitante diga "me interesa este informe, quizás aclare las dudas que tengo" y envía un e-mail solicitándolo. Se trata de motivar al receptor de su mensaje a abrir el e-mail. Eso lo puede lograr colocando un título atractivo. Si es posible, envíe mensajes personalizados.

2. Cuando usted recibe el e-mail tiene que contestarlo en el día o en un máximo de 48 horas ya que en caso contrario cuando reciba su contestación se habrá olvidado de que es lo que había solicitado. Recuerde que Internet es velocidad y que los internautas somos impacientes. Queremos todo ya, ahora mismo.

3. Si son pocos los que solicitan información puede responder manualmente pero si recibe diariamente mas de 100 demandas de información usted no puede responder en 48 horas y se va atrasando. Resultado, pierde ventas, usted se atasca con tareas rutinarias, no puede pensar. Colapso total. ¿Y cuál es la solución?

4. Contratar un servicio de Correo Inteligente que responde automáticamente toda demanda por email. Y no solo eso, también envía mensajes recordatorios en plazos prefijados por usted.

5. Su tiempo tiene valor para usted y no hay necesidad de perderlo en tareas repetitivas. El sistema trabaja las 24 horas del día por usted. Y no se toma vacaciones.

6. Así es como trabaja:

* Las personas accionan su autoresponder COMPLETANDO UN FORMULARIO donde insertan su nombre y email.

Antiguamente se utilizaba el envío de email. Hoy con la cantidad de Spam que se reciben su base de datos de interesados se llena de información no

valida. De esta forma con el formulario se logra que lo llenen los interesados en recibirlo.

* En un minuto quien ha completado esos datos recibe la bienvenida al grupo, a la empresa, por integrarse a un grupo exclusivo de personas interesadas en recibir información especializada sobre el tema. En este caso usted pasara a recibir Ideas y Estrategias sobre Marketing y Ventas. En el primer mensaje además de darle la bienvenida se le entregan regalos que pueden ser Libros Digitales, Software o algo que para el receptor tiene mucho valor pero a usted le ha costado muy poco.

* Cada día o cada 7 días o cada 15 o cada 30 (según usted lo haya programado), el interesado recibe un nuevo mensaje..

* Y un aspecto a destacar: el sistema automáticamente crea una poderosa base de datos con las personas que hay solicitado información. Parece increíble pero es real. Y funciona muy bien.

* Fácil de instalar y simple de utilizar. Consiga su **“Autoresponder Secuencial ilimitado” de e-mails** y tendrá un sistema automático con múltiples beneficios y la buena noticia es que no tiene cuotas mensuales. Usted para una sola vez al instalarlo y luego le pertenece para siempre.

Conclusión:

- Cuando una persona visita su Web y activa su autoresponder secuencial, usted ha capturado el e-mail de su visitante y luego le hace un seguimiento inteligente.
- En los diferentes mensajes que le envía, su email reemplaza la visita del vendedor tradicional.
- Le visita, le informa cosas de interés y le presenta beneficios adicionales y le habla de garantía.
- También tiene por fin producir confiabilidad, credibilidad.
- Usted hace seguimiento automático y ahí es donde tiene que estar su habilidad en tener presente siempre que otros valores agregados puede ofrecerle.

37 – Anuncios clasificados vendedores

Links para insertar anuncios clasificados en español

Está comprobado que los anuncios clasificados funcionan semana tras semana, mes a mes, año tras año. Es realmente una mina de oro que no todo el mundo aprecia y eso es así porque no entienden el poder de esta herramienta del marketing.

La mayoría de clasificados publica nuestros anuncios al instante, mientras que otros se reservan el derecho de publicar o no dicho anuncio.

Los anuncios, día tras día, son la principal forma de dar a conocer su negocio. Estos son fáciles de publicar, normalmente suelen pedir:

- Título del anuncio
- Su email y persona de contacto
- El texto del anuncio
- Sitio web

Cada sitio web que ofrece este servicio está dividido por varias categorías. Usted tiene que elegir el adecuado para encontrar a su público objetivo o potenciales compradores de lo que usted vende.

Estrategias para escribir su anuncio

- Utilice un título corto y llamativo
- Utilice palabras de acción
- Ofrezca algo gratis
- Responda rápidamente automatizando su trabajo

Dónde insertar un anuncio clasificado

Si algún link no funciona es por una cuestión de la movilidad que hay en Internet, Nuevos sitios cierran todos los días y cierran otros.

La respuesta es simple: sus anuncios clasificados no venden nada, simplemente generan DIRECCIONES ELECTRONICAS para vender su producto.

Usted tendrá que:

1. Diseñar o desarrollar un buen anuncio el cual obsequie un informe gratis que hable del producto que usted desea vender, pero no revele todo.
2. Utilice clasificados gratuitos en páginas de alto tráfico para publicitar su producto o servicio. Comience publicando en páginas de clasificados gratuitos en español como: yahoo.es grippo.com.ar, tablonia.es
3. Cuando los prospectos vean su anuncio, proporciónales mas de una forma de contacto con usted. Por supuesto deberá colocar en su anuncio su email, pero también, si usted tiene, su página web, o su dirección postal o su número telefónico.
4. Si los prospectos se dirigen a su website, allí encontrarán toda la información sobre el producto o servicio que usted pretende vender y la forma de pago pero si le envían un email o le contactan por teléfono solicitándole el informe gratis que usted prometió en el anuncio, deberá contestarles de inmediato vía email.
5. El informe gratis deberá contener la información prometida y también aprovecha para interesar sobre su producto o servicio. Facilítele a su cliente todos los elementos para que realice su pedido. Dé opciones de pago.

38 – Vender, ser rentable y generar fondos

Muchas son las funciones del webmaster pero comencemos por señalar que el objetivo de cualquier empresa saludable es vender, ser rentable y generar fondos.

Si no hay ventas, beneficios ni fondos, no hay negocio. La importancia de la tesorería es fundamental.

Si usted tiene caja, aunque su negocio no esté dando resultados, usted puede funcionar. Por el contrario, sin caja, por mas brillante que sea su negocio no podrá continuar.

Qué necesita?

Un plan de marketing que determine actividades a desarrollar para lograr la satisfacción de las necesidades del consumidor, con un propio producto o servicio y obtener beneficios.

Marketing a través del correo electrónico.

Se denomina marketing vía e-mail al canal mas utilizado cuando un potencial comprador NO ha dado consentimiento explícito para recibir información de cierto producto o servicio, pero SI se ha suscripto a un boletín electrónico o bien ha solicitado un informa sobre un tema de su interés.

Su informe deberá llevar publicidad en alguna parte del texto, al principio, al medio o al final siempre se introduce publicidad.

Esa publicidad puede ser propia o de terceros. Puede hacerse gratis, en canje o cobrarse, o bien puede recibirse una comisión por las ventas que se realicen.

Internet es un mercado con millones de hispano parlantes. América latina es sin duda, la región de mayor crecimiento de usuarios de Internet.

De ahí la importancia del marketing vía e-mail. La gran mayoría de los conectados abren su conexión a Internet para recibir correo electrónico y de inmediato cierran.

El comercio electrónico

Internet obliga cada vez mas a redefinir los mercados y objetivos de un público consumido con creciente interés en lo que le ofrece la web.

Desde mi punto de vista, el correo electrónico, el saber utilizar el poder del email es el principio de cualquier emprendimiento en la red. Y los mensajes por email deber ser creativos y tentadores para los usuarios.

Ellos se tiene que sentir tentados, tienen que estar predispuestos a comprar lo que le ofrece y eso será posible si los mensajes llegan PERSONALIZADOS que lo hagan sentir especial.

Imagine que le envía un correo a una persona invitándola a aprovechar una rebaja de precios o algo así. No es lo mismo que le diga "estimado Sr./Sra." Que decirle "Hola Jorge Gutierrez"

Era del Cliente

Ahora se habla no solo de la “era de Internet” sino de una “era del cliente” ya que el consumidor tiene acceso a la información y es conciente de su valor, generando con estos hábitos e consumo cada vez mas exigente.

Cual es la función del emprendedor webmaster

Usted como emprendedor en Internet, cualquiera sea el negocio que usted este, tiene que realizar funciones muy amplias ya que es el jefe de compras, el especialista en marketing, y el director ejecutivo de su propio emprendimiento.

Usted es quien manda, mueve los resortes y toma las decisiones.

Usted tiene 3 responsabilidades básicas:

- Establecer metas (un plan)
- Orientar su esfuerzo para conseguirlas (una estrategia)
- Evaluar el éxito para obtener estas metas. Si quiere incrementar su negocio y hacer su trabajo mas provechoso, usted debe buscar: nuevas estrategias, técnicas y herramientas que impulsen su proyecto de negocio

Qué es el marketing

Marketing es un vocablo que proviene del inglés. La investigación es una parte fundamental del marketing pero no lo es todo.

Puede definirse como el conjunto de medidas y medios dispuestos por las empresas para poder servir mejor al cliente.

Es un arma única, efectiva, por la cual será posible que los clientes nos den algo que quieren y aprecian mucho –su dinero- a cambio de nuestro producto.

Qué es un plan de marketing

Es el esqueleto de las acciones a realizar. Debe ser práctico y concreto además de recopilar y documentar los datos básicos en los que se fundamentan las decisiones y acciones a emprender.

Marketing es el análisis, la determinación y la organización de las actividades para resolver: donde se va a vender, cuando, con quien y por qué vías.

39 – Contenido web: atractivo, útil y necesario

Lo primero es:

- Saber a quien se dirige
- Saber como quiere que lo identifiquen
- Con esta información puede definir los contenidos que va a ofrecer en la web

En segundo lugar...

Debe tener claro cuatro objetivos generales que pretende con un contenido atractivo y útil en su web:

- Atraer visitantes
- Llamar y mantener su atención
- Motivar la acción del visitante: que se suscriban a un boletín, que compren, etc.
- Hacer que regrese una y otra vez a su web

El tercer punto es: contenido, información, no imágenes

Mucha gente usa gráficos animados y programas scripts en java que dan una gran vistosidad y atractivo a la página web. Esto no solo incrementa los tiempos de carga sino que distrae al visitante de su verdadero mensaje.

Dado que el visitante es libre de ir donde desea, la única razón por la que visitará frecuentemente es el contenido que saben que van a encontrar en su web.

Usted puede hacer una gran campaña promocional y atraer miles y miles de visitantes en poco tiempo. Pero si los contenidos que encuentran no les satisfacen, ellos se van y seguramente no regresarán. La campaña ha sido tiempo y esfuerzo perdidos.

Con respecto a contenido:

Si usted piensa que promover y vender productos y servicios en su sitio es lo mas importante, tiene que saber que si bien es cierto que la venta es una de las funciones principales de cualquier empresa, estas ventas no se producirán si usted no considera una estrategia para atraer usuarios, especialmente para que estos regresen una y otra vez a su sitio web.

Contenido atractivo:

(que no son precisamente los productos y servicios a ofrecer)
Usted puede encontrar muchos ejemplos de contenidos interesantes navegando por la red, pero la creatividad y la imaginación juega un papel fundamental.

Atrévase a probar servicios nuevos y a presentarlos en forma novedosa.

Comience por preguntarse:

- Qué le podría interesar a mi cliente objetivo?
- Puedo imaginar algo que le atraiga irresistiblemente?
- Puedo imaginar algo que no podría conseguir sin Internet?

Sus visitantes deben aprender algo nuevo o recibir algún tipo de beneficio del contenido de su web. Así se va creando confianza para cuando decidan comprar algún producto o servicio que usted ofrece.

Reflexione sobre qué le gustaría encontrar a usted si fuera un visitante de su web.

La clave está en destacarse y diferenciarse de los demás sitios, especialmente aquellos de la competencia.

Credibilidad y confianza

- Construir su web teniendo como eje principal el contenido
- Eso genera credibilidad y confianza antes de que sus visitantes decidan comprar alguno de sus productos o servicios
- Permite posicionarse como un experto en su área de competencia. La gente sabrá que está tratando con un conocedor del tema.
- La generación de confianza es un punto clave para todo sitio
- Comience por dar algo que no tenía antes de llegar a su sitio.
- Si lo logra, está a un paso más cerca de obtener la venta deseada pues su visitante estará con una actitud mental positiva hacia usted y su web.

Actualice el contenido

- De a sus visitantes razones para regresar
- El contenido debe ser atractivo y despertar interés para capturar y mantener visitantes
- Tiene que informar, educar, persuadir y comprometer
- Actualizar su contenido lo más frecuentemente posible
- Todos quieren encontrar información actualizada y novedades
- Si el contenido no cambia, no tendrán razones para regresar.

- En vez de enfocar sus esfuerzos en nuevos visitantes, piense como mantener los que ya tiene ofreciéndoles razones para regresar.

Conclusión:

Compartir gratuitamente en la red sin esperar algo a cambio a la larga revertirá en ingresos económicos.

La clave es encontrar uno a varios productos gratuitos que tengan un verdadero valor y utilidad para sus prospectos.

40 – Qué motiva al visitante a quedarse y no irse inmediatamente

Su web es la vidriera de su negocio, su escaparate, y al entrar a su negocio virtual, sus visitantes tienen que experimentar una correcta impresión. Para ello, veamos algunos elementos que usted tiene que incluir en su web (además del contenido)

La primera impresión:

No tendrá otra primera oportunidad para dar una buena primera impresión.

El primer contacto que va a tener su futuro cliente con su negocio es por medio de su página web y usted no tendrá otra primera oportunidad de dar una primera buena impresión.

La primera buena impresión no se logra con novedosas imágenes, sino la información que tiene el sitio, lo útil que es esa información para el visitante.

Motivar al visitante: título atractivo y buena redacción

Una buena redacción es fundamental y mas si se empieza con un título muy atractivo. Se trata de dar lo mejor desde el principio para motivar al visitante a continuar, a leer el mensaje y que visite otras páginas.

Sitio web dinámico

Si bien su sitio debe estar constantemente actualizado con novedades, artículos y promociones, no se trata de poner enlaces con otros sitios apenas haya entrado al suyo!

A usted le cuesta traer visitantes a su sitio y no es cuestión de enviarlos a otras webs apenas hayan entrado.

Facilite email a sus visitantes para que soliciten mas información sobre temas que les interese. Es una forma de empezar una relación que usted tiene luego que sea duradera y personalizada.

Información que es conveniente NO falte:

1. nombre de la empresa y su logotipo
2. Copyright o derechos de autor
3. Información completa y detallada de contacto
4. Formulario de pedido
5. Información corporativa

Estructura de la web

Ya debe tener una idea de los elementos que quiere incluir en la web. Ahora llega el momento de estructurarlos de una forma lógica. Póngase en el lugar del navegante desde que llega a su página principal (homepage)

En Internet es exactamente igual

- Lo primero es lograr que entren a su web tantos visitantes como sea posible, causándoles una buena impresión
- Una vez dentro, deberán navegar, moviéndose rápido de una página a otra, encontrando con facilidad aquello que buscan.
- Usted tiene que facilitar un email para que le hagan preguntas o soliciten mas información sobre cualquiera de sus productos, y si es posible que lo puedan probar antes de comprar
- Eso es interactividad.

Conclusión:

Se trata de satisfacer a su cliente para que vuelva
Dar a los visitantes lo que quieren, brindando un buen contenido organizado
Instrumentar mecanismos de respuestas fáciles de encontrar y utilizar.
Automatico. Todo pedido de información debe ser respondido en el acto y, para ello, nada mejor que un “autoresponder secuencial ilimitado”

41 – Qué prefieren los navegantes de Internet

1. **Ser cautivados:** la primera página de un sitio web debe cautivar a los visitantes y motivarlos a ir mas allá, a pedir mas información
2. **Ser motivado:** su homepage es como un periódico, cuando la primer página se ignora, la gente no se siente motivada a leer el periódico. En Internet, los visitantes simplemente clikean el botón “salir”
3. **En foque y claridad:** Cada día, los visitantes se sienten bombardeados por el flujo continuo de información y la competencia es feroz, Por ello, usted debe enfocar su mensaje a un público objetivo.

Algunos factores a tener en cuenta son:

- Lo visual es importante pero no olvide que el texto es lo que define la venta.
- Textos cortos y claros. Los navegantes son personas muy impacientes
- No cargue el diseño
- No canse a sus visitantes con textos difíciles de entender
- No haga de su sitio algo parecido a una fábrica de banners!
- Acepte tarjetas de crédito
- Facilite la compra al interesado en su producto o servicio
- La automatización es importante para su éxito

- Dé a sus clientes razones para regresar
- Regale algo. Ayuda a la promoción de su web
- Capture el email de los visitantes con estrategias adecuadas

¿Qué prefieren los navegantes de la red?

- En primer lugar, la gente se encuentra mas confortable en aquellos lugares que ya conoce
- Si entran a su sitio y ellos se sienten cómodos con el entorno y la estructura de su diseño, es decir, encuentran todo fácil y de utilidad para sus fines, usted tendrá mucho ganado
- Ellos sentirán seguridad y confianza y continuarán visitándole

42 – Cómo ganar confianza y credibilidad

Muchas personas queriendo realizar la tarea de marketing en Internet con los ojos vendados y sin dirección buscan lo fácil para terminar abandonando el trabajo al no encontrar el camino.

¿Qué pasa? Reciben un mensaje que le dice “gane miles y miles de dólares por mes rápidamente vendiendo este producto o servicio” y creen que con solo enviar 500.000 emails spam, recibirán miles de pedidos y que van a conseguir importantes ingresos de la noche a la mañana.

Si alguien lo logra así de fácil, me gustaría conocerle.
Esta apreciación está basada en la lógica: usted compra en frío a un desconocido?

Por cierto que no! Para que usted saque su billetera y se disponga a pagar por algo, previamente tiene que comprobar no solo que el producto o servicio que le ofrecen es de utilidad, sino que quien le vende, goce de confianza.

Y como ganarán su confianza y credibilidad?

Eso lleva tiempo, no es algo que suceda de un día para el otro!

En la venta tradicional, cualquier viajante conoce esto. Visita a su potencial comprador una y otra vez a lo largo de varios meses. Cada nueva entrevista es un desafío para ganar su confianza y generar el pedido. Después de 5 o 7 entrevistas, si ese viajante a ganado la confianza y credibilidad, no solo en su producto o empresa, sino también en su persona, logra el ansiado pedido.

En la red de Internet el proceso es el mismo:

El primer paso es conseguir nombres y emails de personas interesadas en lo que usted vende para así enviarle una y otra vez mensajes informativos de temas de interés de él (no de usted)

Cómo conseguir esos nombres y emails?

Fíjese como cambia el enfoque: no se trata de enviar miles y miles de emails hacia cualquier parte, sino de enviar mensajes a un público objetivo.

43 - 8 errores a evitar al crear su sitio web

Internet permite:

- Mantener mensajes, información y ofertas
- Las 24 horas del día, los 365 días del año
- Y modificarlas tantas veces como sea necesario

Si lo que se pretende es obtener éxito para que el público visite su web y vuelva, bien vale considerar los errores comunes.

1) los gráficos resultan pesados y las páginas complicadas

Usted como usuario de la red...

- ¿trató de abrir una página con pesados gráficos de hasta 80 kb o mas, que toma entre 1 y 3 minutos en abrir, dependiendo del tipo de conexión y MODEM?
- ¿No se sintió muchas veces desorientado frente a una página inicial innecesariamente compleja, sin barras de navegación que permitan recorrer fácilmente todo el sitio?
- Estos errores espantan a los visitantes de su web y pierde potenciales clientes
- Las páginas no solo deben tener un diseño cuidadoso, información actual y útil sino que deben cargarse en no mas de 30 segundos, atrapar al visitante e impulsarlo a recorrer todo el sitio
- Y sobre todo, lograr que vuelva.

2) Las páginas no se actualizan con regularidad. Nada es tan poco motivador que volver a un site tiempo después y no encontrar ningún cambio

- Un sitio estático va en contra del éxito en la estrategia de venta: es como tener la misma vidriera todo el año en un negocio tradicional.
- Difícilmente regresarán a su sitio si éste muestra la misma información que su última visita.
- De ahí que usted debe considerar la actualización continua no solo a nivel de su contenido, sino también de diseño, por lo menos, una vez al mes.

3) las páginas se alojan en un Server lento (servidor)

- En Internet pocas cosas pueden resultar tan frustrantes como esperar a que se cargue una página desde un Server lento.
- Pocos son los visitantes que esperan hasta finalizar el proceso
- Sin dudar demasiado, se van a otro sitio
- Para resolver este problema crítico hay soluciones reales y al alcance de la mano. La solución es buscar referencias de otros servidores y cambiar el servicio con urgencia.

4) No se hace una correcta promoción de las páginas en los motores de búsqueda.

- Esta es una de las situaciones mas corrientes
- LA promoción del sitio en todos los motores de búsqueda es tan importante como un buen diseño

- Dedique tiempo a realizar un trabajo a conciencia. Busque un mejor posicionamiento en los buscadores.
- Después de todo, ¿de que le sirve un site en Internet si nadie lo encuentra?
- Utilice palabras clave, que describan mejor su negocio
- Haga una lista de las palabras que los posibles clientes escribirían en el buscador para encontrar su sitio

5) sentarse a esperar que las ventas caigan del cielo

- Tener una página web es el principio y no el fin de una estrategia de marketing en Internet
- Hay que promover el sitio no solo a través de los buscadores sino con otras herramientas como ser intercambio de banners, de links, difusión de información de prensa, anuncios clasificados y pagos, etc.

6) No se facilita un enlace al pie de cada página para que se comuniquen con usted

- Facilite que el visitante se comunique con usted
- El agregar información con la dirección física, teléfono completo (con el código de país), fax, etc. Ayuda a crear confianza
- Se trata de hacer ver que usted y su empresa existen en el mundo real y no es un fantasma perdido en el ciberespacio

7) Las consultas de los visitantes no se responden a tiempo

- Es vital asegurarse de responder todos los emails que llegan a su correo electrónico dentro de las 24 horas, mejor aún, dentro del mismo día.
- La gente quiere la información rápidamente
- La ventaja de Internet sobre otros medios es la inmediatez
- Es imperioso poseer una apropiada estrategia para realizar marketing por correo electrónico

8) no se respetan las reglas de etiqueta en la red

- El envío de correo electrónico a quien nunca se lo pidió (spam) es uno de los pecados capitales dentro de la red y se castiga muy severamente.
- Desconocer e ignorar las reglas de Internet puede hacer fracasar un sitio web

44 – factor determinante para ocupar los primeros lugares en los buscadores

Este tema puede no tener sentido para usted, pero obtendrá recompensas en los buscadores.

Con el fin de obtener un buen posicionamiento en algunos motores de búsqueda, lo primero que se debe hacer es decidir cuales son las palabras claves que definen el contenido de su sitio web.

Descripción de las páginas

También necesitará redactar una corta descripción o resumen del tema central de sus páginas. Con un párrafo basta. Trate que ese texto sea lo mas llamativo posible y procure usar la mayor cantidad de palabras clave.

Selección de palabras claves

El primer y mas importante paso en la manipulación de los buscadores es la selección de las palabras claves o keywords. Estas deben ser tanto relevantes como usadas frecuentemente,

Uso de plurales:

Si usted pluraliza las palabras, aquellos que buscan en singular y plural, encontrarán su sitio.

Diversificación:

Una sola palabra podrá atraer visitas, pero no todos piensan como usted. Trate de pensar como lo harían sus clientes potenciales.

No repita excesivamente:

Algunos buscadores ya filtran a los sitios web que repiten palabras excesivamente. Lo recomendable es repetir de 2 a 5 veces y dejarlo de esa manera.

Combine las palabras:

Eso se refiere a economizar espacio. Algunos buscadores solo revisan los primeros 250 caracteres o listas de palabras claves en las etiquetas META.

Utilice frases:

Muchas búsquedas se realizan con frases en lugar de una sola palabra. Enfóquese en no más de 5 palabras o frases por página. Cada buscador revisa solo cierta porción de su página web. No desperdicie espacio. Entre más páginas tenga su sitio web, más palabras clave podrá utilizar.

45 – Meta TAG: que es y que importancia tienen para los buscadores

Aquí veremos el primer uso para la lista de palabras clave que usted generó. Las etiquetas META o META-TAGS son lo más básico en la manipulación de los buscadores.

Son un sencillo pedazo de código que se coloca al comienzo de las páginas web y que es invisible a los visitantes, pero no para los motores de búsqueda.

Algunos buscadores utilizarán estas etiquetas meta para recabar información de los sitios web y darles mas valor que al contenido de las páginas en sí.

De modo tal que, si la primer línea de texto en su página web dice “la página de promoción web de Roberto” y en la etiqueta meta “description” dice “la página de cocina de la Tota” algunos buscadores pensarán que se trata de una página de cocina y no de promoción web.

Existen dos etiquetas meta reconocidas por buscadores: DESCRIPTION y KEYWORDS

Estas etiquetas necesitan estar ubicadas en la sección “head” de su documento HTML.

Significa que necesitan estar entre las etiquetas <head> y </head>.

Si usted no entiende HTML, no se preocupe, solo corte y pegue las siguientes líneas de código...

Las etiquetas deben verse así:

```
<meta name="description" content="la descripción del contenido de las páginas va aquí">
```

```
<meta name="keywords" content="sus palabras o frases clave van aquí">
```

Es así de simple!!

Recuerde también que cada buscador es diferente. Algunos solo utilizan la primera línea de texto. Esto es, el texto que sigue inmediatamente después de la etiqueta <body> en su documento HTML.

Aprenda mas de los buscadores y de cómo funcionan estudiando los resultados de búsquedas que usted lleve a cabo. Refine sus tácticas y vuelva a registrarse.

Conozca las palabras claves y meta tags que utiliza cualquier página web

Se sorprenderá como muchas páginas muy bien diseñadas no utilizan este recurso para potenciar su presencia en los buscadores y también encontrará, en otras, muchas “pistas” para utilizar en su propia web.

Qué tiene que hacer?

Conectado a la red, cuando usted tenga abierta la página web que quiere investigar, solo tiene que seleccionar en su navegador **VER** y luego selecciona **CODIGO FUENTE**.

O también: botón derecho del ratón + ver fuente o ver código fuente

Añada mas meta tags a todas sus sub-páginas, esto proporciona mas relevancia.

Luego puede inscribir estas sub-páginas en los buscadores cambiando el titulo (title) y cambiando los keywords, de manera que multiplica el tráfico procedente de los buscadores.

Conclusión:

Este tema de las palabras claves es muy importante y si bien en este momento quizás no tenga tiempo para prestarle la atención que merece, anótela como una tarea de estudio en el futuro.

46 – Buscadores: la importancia del título

No es el título que se ve, sino la etiqueta "title" del documento HTML de la página web.

Asegúrese de que todas las páginas de su sitio web tengan un título y, de ser posible, utilice dentro de este las palabras clave. Trate de que los títulos sean cortos.

El título es uno de los mas importantes puntos de sus páginas web y no me refiero al título que usted ve en la parte de arriba de su página web, sino a la etiqueta "title" del documento HTML.

Generalmente aparece en la parte mas superior de su navegador. Esta etiqueta está dentro del encabezado <head> y </head>, y se ve de la siguiente manera:

<title>el título de su página aquí</title>

Aquí también debe utilizar palabras o frases claves.
Redacte un título para atraer la atención de sus visitantes pues es lo primero que verán en los resultados de los buscadores.

Muchos motores de búsqueda colocan un gran peso en las palabras clave contenidas en el título de las páginas.

Si usted pone un título “bienvenido a mi web” estará desaprovechando la oportunidad de colocar un título eficiente.

Lo aconsejable es que haga las cosas bien desde un comienzo. No se apresure a registrarse en los motores de búsqueda.

Un buen ejercicio que recomiendo es analizar los meta tags que utilizan sitios web similares o complementarios al suyo.

Qué palabras usan?
Qué texto usan en la descripción de las páginas?
Qué títulos le dan a las páginas?
Compare, analice y pule sus propios meta tags.

Revise el código fuente de cada página y detecte qué palabras claves ha utilizado la competencia para que los robots lo hayan calificado e introducido en el primer lugar de esa categoría.

47 – Buscadores internacionales, buscadores de América Latina y subidores automáticos.

Para acceder a ellos, tiene que estar conectado a la red. Algunos links pueden no estar vigente dados a cambios constantes en Internet. Simplemente, continúe con el siguiente.

Motores de Búsqueda

Principales motores de búsqueda internacionales:

<http://www.excite.com>

<http://www.webcrawler.com>

<http://www.infoseek.com>

<http://www.hotbot.com>

<http://www.lycos.com>

<http://www.stpt.com>

<http://www.yahoo.com>

<http://espanol.yahoo.com>

Buscadores de América Latina

Si su sitio está orientado principalmente al público de habla hispana, y en especial de América, no puede faltar en ninguno de estos buscadores o portales. Generalmente todos estos sitios tienen una opción que dice "sugerir sitio", "agregar URL" o "Add URL"; es ahí donde debemos ir para inscribirnos en el buscador, proceso que suele demorar entre 2 y 4 semanas por lo que no podemos esperar más.

El Sitio: www.elsitio.com

Buscador Clarín: <http://buscar.clarin.com.ar/cgi-bin/incluir.cgi>

Caray Garay: <http://serv.caraygaray.com.ar/v/addsite/0/0>

La Brújula: www.ilabrujula.com

Donde: www.donde.com.ar/agregarurl.asp

Gauchonet:

www.gauchonet.com.ar/buscador/agrega.htm
RadAr: www.radar.com.ar/sume.cgi
Grippto: www.grippto.com.ar/argentina/addurl.htm
Sabueso: www.sabueso.com.ar
DNA: www.dna.com.ar/addurl.html
Guía.com.ar: www.guia.com.ar/search/agregue.htm
Alt Argentina: www.altargentina.com/sugerir_sitio.html
¡Ahijuna!: www.ahijuna.com.ar/agrsitio.htm
Plux: <http://plux.com.ar/dir/add.cgi>
Muuú: www.muuu.com/cgi-bin/geo/add_easy.cgi
Uol Argentina: www.uol.com.ar
StarMedia: www.starmedia.com
Yahoo en español: www.espanol.yahoo.com
Yupi: www.yupi.com
Que pasa: www.quepasa.com

Subidores automáticos

Sitios para Registro en varios buscadores automáticamente

Subidores automáticos

Existe una gran cantidad de sitios que "suben" automáticamente a muchos de los buscadores, pero es conveniente hacerlo "a mano" a los buscadores más importantes, como Altavista o Yahoo, en los que no puede faltar. Algunos de ellos son:

Existen páginas que inscriben de forma gratuita. Una alternativa es

promocion.cinfonet.com/alta.htm.

Otro portal que te da de alta en varios buscadores es demasiado.com.

En los buscadores, normalmente, debe introducir 5 palabras clave así que será mejor que especialice Su página web en algún tema porque si trata muchos será muy complicado que nadie le visite.

Dejar huella: www.lpis.com/huella sube a 54 buscadores en español y 17 en inglés.

Easy submit: www.dotcom.ca/easysubmit/websubmit.htm sube a 900 buscadores en inglés.

FFAbc: www.ffabc.com/submission/form1.htm sube a 2500 buscadores en inglés.

My Free Office: www.myfreeofficelinks.com sube a 2700 buscadores en inglés.

Submit Shak: www.submit4free.com 400 buscadores en inglés.

Adición de URLs en los Maestros del Web. Con sólo agregar un URL y una dirección de e-mail se puede incluir en múltiples buscadores simultáneamente.

AgregaWeb. Promoción de páginas web en buscadores gratis con un solo formulario. + de 40 motores de búsqueda.

Atajos-Auto-Regístralo. Necesitas registrar tu página en los buscadores más usados de la red pero te supone mucho trabajo, pues visita Atajos-Auto-Regístralo y ahorras mucho tiempo.

Dejar Huella. Registra tu web en los buscadores de una manera fácil, rápida, eficaz y gratuita mediante DEJAR HUELLA. haz que tu pagina se localice fácilmente en la red.

Director de Cinfonet. Se trata del primer "Robot" que realiza altas de un recurso en varios buscadores mediante E-mail.

MEGA-REGISTRO. Registra página web en 40 buscadores en Castellano GRATIS

Promuévete. Registra web en todos los buscadores y directorios de Venezuela

48 – Qué son los...

- **Directorios**
- **Motores de búsqueda**
- **Metabuscaores**
- **Buscadores especializados**

Tres motores relacionados con los motores de búsqueda son:

- Las palabras claves (keywords)
- Meta tags
- Títulos de la página

Cuando su sitio web incorpora estos tres aspectos usted está listo para registrarse en los motores de búsqueda es el primer paso aconsejable para hacer conocer su sitio web al mundo.

¿Qué son y para qué sirven los motores de búsqueda?

Son servicios de búsqueda de información

Cada uno de ellos tiene características propias, particularmente en los que se refiere al tipo de información que cataloga, al texto que debe especificarse para realizar la búsqueda y a la forma de presentar los resultados.

Muchos son los tipos de buscadores que hay pero básicamente pueden agruparse en:

DIRECTORIOS:

Ejemplo: Yahoo, Olé, Magullan. Los directorios son útiles para buscar información general sobre cualquier tema, ya que agrupan las webs por categorías temáticas

MOTORES de BUSQUEDA:

Ejemplo: Lycos, Webcrawler, Alta Vista. Los motores de búsqueda utilizan unos programas de software llamados spiders (arañas) o robots que rastrean la red, analizando millones de webs y news, indexando todas las palabras claves.

METABUSCADORES:

Ejemplo: metacrawler. Los metabuscadores realizan una búsqueda simultánea en varios buscadores

BUSCADORES ESPECIALIZADOS:

Ejemplo: Infojobs. Son buscadores especializados en temas concretos.

Registro en motores de Búsqueda y directorios

Existen dos métodos para registrarse en los motores de búsqueda:

1. Usar programas automatizados para dicha labor, bien sea comprar el software o contratar una de las tantas empresas que ofrecen dicho servicio
2. Hacerlo usted mismo manualmente

La segunda opción es SIEMPRE la ACONSEJABLE

Registre su web en la mayor cantidad de buscadores y directorios posible!

49 – Qué datos tener disponible antes de empezar la inscripción en buscadores.

Título de su sitio

Usted debe usar su keyword mas importante en su título. Haga un título corto, que describa ventajas y que vaya al punto de su negocio. Sea descriptivo despertando interés y marcando el por qué es diferente. Por ejemplo: “tintorería: líder en servicios de limpieza con entrega a domicilio”. Intente que aparezcan sus keywords mas importantes en el título, en este caso servicios, limpieza, a domicilio y tintorería. Sea como sea, el título nunca deberá exceder de 50 caracteres, incluidos los espacios. Ponga, además, un título diferente a cada página de su Web.

Descripción

Añada su misión. Ponga un párrafo explicando la misión de su empresa. Así, los robots de los buscadores sabrán exactamente a qué se dedica. Sea descriptivo al principio de su homepage. El texto que coloque al principio de la primera página de su web es muy importante, puesto que los buscadores presuponen que los autores presentarán la información mas importante al principio.

La descripción del sitio debe hacerse en menos de 25 palabras. Y allí usted debe usar por lo menos una vez su keyword mas importante en su descripción. Mejor todavía es utilizar 15 palabras o menos, en una frase, sin comas. De esta forma logrará exactitud.

Incluya enlaces o links a otras páginas Web

Muchos de los buscadores activos le premiarán por ello, poniéndolo mas cerca del principio de la lista.

Cree una lista de keywords o palabras claves

Con lápiz y papel empiece a listar todas aquellas palabras que se le ocurran y que estén relacionadas con su empresa

Regístrese bajo la categoría adecuada en Yahoo

Una buena forma de saber cual es la categoría es averiguar donde aparecen sus competidores. Regístrese en la misma categoría que ellos, para así los clientes lo tengan en cuenta a la hora de tomar una decisión de compra.

Investigue qué técnicas está usando la competencia

Es muy fácil bucear en el código HTML de otras empresas competidoras. En el menú del navegador, vaya a la pestaña “ver” – “ver código de fuente”. Observe los keywords, meta-tags en general y trate de adivinar como puede mejorar con todo ello.

Sugiera una nueva categoría

Si resultara que su negocio es tan novedoso que no hay una categoría apropiada para usted, sugiérale una nueva a Yahoo

Información de contacto

Inscripción buscadores: asegúrese que usted tiene toda la información de contacto: nombre completo, dirección de e-mail, nombre de la compañía, teléfono, fax, dirección (calle, localidad, código postal, país)

Comentarios finales

Inscripción buscadores: sus comentarios finales pueden incluir una propaganda corta sobre su sitio o puede incluir algo que le gustaría explicar sobre su sitio. Esta es su última oportunidad de llevar información, use un máximo de 200 caracteres en este campo.

50 – qué debe entender sobre la publicidad en Internet

He aquí 4 factores que le ayudarán a entender el porque se dice que Internet es muy diferente de otros medios de comunicación.

1- Reconocer que Internet es activo a diferencia de otros medios que son pasivos

Tradicionalmente, los medios de comunicación estaban orientados al consumidor y en estos momentos, Internet es un medio dominado por el consumidor. El usuario es el que decide hacer clic en un anuncio, esto quiere decir que es él quien posee el control con un simple clic de ratón.

2- Internet es interactivo

Esto es así porque en el mismo momento en que un usuario ha hecho clic en un anuncio puede realizar la compra o pedir mas información con un simple e-mail. En este aspecto, la publicidad por Internet es mas parecida al marketing directo, en el que se busca una respuesta inmediata del consumidor.

3- El usuario, normalmente, visita Internet por un motivo específico

Así entonces, va a tratar que nada lo desvíe de su objetivo. De ahí que la creatividad y los títulos atractivos mencionando ventajas espectaculares SI pueden hacerle desviar e ir a visitar algo NUEVO. El usuario tiene que ver muy claro lo que les espera detrás de ese anuncio.

4- Internet es un medio relacionado con el conocimiento y la información.

Esa es la gran diferencia con la televisión, que es un medio emocional. Un anuncio de televisión, debido a la limitación de tiempo, debe comunicar en pocos segundos aquello que pretende. Normalmente llama a las emociones del espectador mas que a las características tangibles del producto. EN INTERNET ESO CAMBIA. El visitante que hace clic en un anuncio y busca información detallada sobre las ventajas y beneficios que ofrece el producto o servicio. Si el navegante es detallista también se interesará en conocer los aspectos técnicos del producto o servicio. NO HAY LIMITACION de ESPACIO y será el mismo usuario el que decidirá el tiempo de permanencia en su website.

51 – La publicidad y la nota de prensa

La publicidad constituye...

- Una comunicación masiva a un público objetivo
- Que tiene por objeto divulgar un mensaje
- Que induzca a los consumidores a comprar

Comunicación masiva

Porque va dirigida a la masa de consumidores haciéndoles llegar la idea. El correo electrónico es el medio mas barato y rápido para hacer llegar mensajes.

Se trata de...

- Dar a conocer, difundir, publicar, informar, comunicar
- La publicidad hace famosa una marca, producto o servicio
- La publicidad trabaja para lograr un resultado
- La publicidad ofrece soluciones a problemas de la gente

Una alternativa de publicidad gratuita

La nota de prensa es publicidad gratuita

Es fácil? Por cierto que no. Pero es posible si usted encuentra un argumento que le haga diferente, único, especial.

Cómo redactar una nota de prensa

- Piense que quiere comunicar antes de escribir
- Ubíquese usted como periodista y piense
- ¿por qué podría interesarle su mensaje?
- ¿qué le aporta?
- El título de su mensaje es un factor determinante
- La nota de prensa debe ser breve, clara e informativa
- Con una página es suficiente
- Si piensan que es interesante y necesitan mas información se pondrán en contacto con usted
- El título y el primer párrafo son los mas importante. Debe resumir el objetivo de la nota de prensa en unas pocas líneas: quién, dónde, qué y cuando
- Es muy importante que lo re-lea y lo re-escriba tantas veces como sea necesario hasta que esté seguro que dice lo que quiere decir y de la forma mas convincente y eficaz.

A quien enviar su nota de prensa

- Seleccione medios de comunicación interesados
- No haga envío indiscriminado a todos los medios de prensa

Una vez seleccionados los medios...

- Personalice su nota de prensa
- Tómese el tiempo que sea necesario para averiguar el nombre del periodista que pueda estar interesado en leer su nota
- Así que usted podrá hacer un seguimiento y la próxima vez que le envíe un mensaje, ya no será un desconocido para él.

- Muestre su respeto a los profesionales a los que usted se dirige, mediante la forma en que escribe y la forma en que usted se comunica.
- No envíe fotografías. Si usted tiene fotos que quiere que incluyan, escriba una nota al final, comunicándolo.
- No envíe la nota a todos los medios. Elija solo 5 y espere las respuestas.
- En función de los resultados, revísela y continúe.
- No olvide la importancia de evitar errores de ortografía y en personalizar los mensajes.
- No espere que la nota de prensa sea publicada al día siguiente. Una vez que hayan leído su nota y hayan decidido publicarla, posiblemente tarden unos días (a veces semanas o meses)
- No hay que ser “pesado”, llamando y escribiendo constantemente para preguntar si han recibido, han publicado o tienen dudas sobre su nota de prensa.
- Organice una base de datos para evitar dos veces la misma nota de prensa a la misma persona.

52 – características de la publicidad en Internet

- Los objetivos son metas concretas...
- Fijadas en el tiempo...
- Que deben alcanzarse para considerar cumplida la misión del marketing de la empresa
- Ejemplo de un objetivo: “ganar un 20 % del mercado”

Los objetivos publicitarios:

- Instruir sobre la utilización y empleo del producto
- Reconocimiento de una marca, imagen corporativa
- Creación de necesidades (comunicación interactiva con clientes)
- Informar sobre un incremento de valores del producto
- Creación y mejora de la imagen de una marca

Características de la publicidad en Internet

- Campañas impactantes por aplicación de nuevas tecnologías
- Identificación del target (audiencia segmentada)
- Marketing directo uno a uno (usando el poder del correo electrónico)
- Aumenta la fidelización
- Publicidad a medida, mayor rapidez, control y efectividad, medible en tiempo real.

Objetivos:

- Branding – refuerzo de una marca
- Dar a conocer su website
- Aumentar el número de visitantes
- Lanzamiento de nuevo producto, novedades, etc.
- Creación de bases de datos de potenciales clientes
- Fidelización de clientes
- Publicidad on y off-line

Formas publicitarias en Internet

- Website – enlace a otros web
- Banderolas publicitarias o banners
- Publicidad – intercambios
- Anuncios clasificados
- Creación de comunidades virtuales

