

# Comercio Electrónico Sesión 1

Enrique Rodríguez Santamaría

- 
- 1. Introducción al comercio electrónico**
  - 2. Tipos de comercio electrónico**
  - 3. Distribución y logística**
  - 4. Redes sociales aplicadas al comercio electrónico**
  - 5. Publicidad digital**
  - 6. El buscador de Google**

# Enrique Rodríguez Santamaría

---

- Fundador de MrSoft
- Programador
- Social Media

Titulado grado superior Desarrollo Aplicaciones Informáticas. Informática de gestión UNED (sin terminar)

Amplia experiencia en ventas. Titulado por Open University, Márketing Digital, Velneo, Google

Socio fundador Viajacontumascota



# Comercio Electrónico



Introducción  
al comercio  
electrónico

Descanso  
15 min

# Comercio Electrónico



Introducción  
al comercio  
electrónico

Descanso  
15 min

Tipos de  
Comercio  
Electrónico

Descanso  
15 min

# Comercio Electrónico



Introducción  
al comercio  
electrónico

Descanso  
15 min

Tipos de  
Comercio  
Electrónico

Descanso  
15 min

Creamos un  
video  
corporativo

# 1. Introducción al comercio electrónico

1. ¿Por dónde empezamos?
2. Aprendemos de la competencia
3. Método CANVAS
4. Creación de una tienda online
5. La base de datos
6. Protección de datos
7. Técnicas LEAN
8. Digitalización de negocios existentes
9. Webs informativas (sin módulo de ventas)

Comercio Electrónico



# Conceptos

Vamos a tratar de comprender los principios básicos, creación de una tienda online, la base de datos, protección de la base de datos, digitalización de negocios y herramientas de investigación.

Comercio Electrónico



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

- Es recomendable empezar de cero en el mundo digital aunque ya tengas un negocio físico.
- Establece un sistema de métricas para saber dónde quieres llegar, cuánto quieres vender y a quién va destinado tu producto o servicio.
- Busca tu nicho, planifica tus plazos (Estudia competencia)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.

¿DONDE?



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
  1. **Redes sociales** (Online Bidireccional, Masivo)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
  1. **Redes sociales**
  2. **Mensajería instantánea**  
(online, bidireccional, personal)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
  1. **Redes sociales**
  2. **Mensajería instantánea**
  3. **Correo electrónico** (online, bidireccional / unidireccional, personal)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
  1. **Redes sociales**
  2. **Mensajería instantánea**
  3. **Correo electrónico**
  4. **Blogs de contenidos**  
(online, unidireccional, masivo)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
  1. **Redes sociales**
  2. **Mensajería instantánea**
  3. **Correo electrónico**
  4. **Blogs de contenidos**
  5. **El teléfono** (offline, bidireccional, personal)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
- **El cliente en el mundo digital es tu mejor comercial.** (Recomendaciones, reseñas, suscriptores)
- Da valor añadido a tus productos para que la inversión en marketing sea lo menos costosa posible



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Abre canales de comunicación con tus clientes.
- El cliente en el mundo digital es tu mejor comercial.
- **Da valor añadido a tus productos para que la inversión en marketing sea lo menos costosa posible**



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

---

- Da valor añadido a tus productos para que la inversión en marketing sea lo menos costosa posible



[39 fotos](#) [360 Virtual tour](#) [Vídeo](#) [Mapa](#)

### Casa o chalet independiente en venta en Vía, 15

Luarca - Valdés [Ver mapa](#)

**59.500 €**

[Calcular hipoteca](#) [Estudiar hipoteca](#)

# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.1 ¿Por dónde empezamos?

- Da valor añadido a tus productos para que la inversión en marketing sea lo menos costosa posible

Casa o chalet independiente en venta en Luarca - Valdés  
56.000 € 90 m<sup>2</sup> | 1 hab.

[Compartir](#) [Guardar favorito](#)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.2 Investigación, Aprendemos de la competencia

- Investigación Pasiva
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- Investigación Activa



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.2 Investigación, Aprendemos de la competencia

- Investigación Pasiva
  - Estudio Web Competencia

*Práctica Vamos a estudiar la competencia a dos niveles. Tienda moda*

[Delcanomoda](#)

[Zara](#)

- Diseño, imagen y web
- Nicho de mercado
- Canales de comunicación
- Valor añadido



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.2 Investigación, Aprendemos de la competencia

### De lcanomoda

- Diseño, imagen y web
  - Mucha mercancía en página principal
  - Buscador accesible :)
  - Fotos se pueden mejorar
  - Valoraciones :)
  - Carga rápida y bien en movil :)
- Nicho de mercado
  - Hombres mujeres + 30
  - Gustos por marcas
- Canales de comunicación
  - Face, insta, whatsapp
- Valor añadido
  - Atención al cliente Teléfono directo
  - Recogida en tienda Gratuita



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.2 Investigación, Aprendemos de la competencia

### Zara

---

- Diseño, imagen y web
  - Minimalista
  - Destaca el Buscador
  - No hay contacto
- Nicho de mercado
  - Hombres mujeres niños todas edades
  - Gusto marcas y calidades de Zara
- Canales de comunicación
  - Face, insta, Tiktok, Twitter, pinterest, Youtube, Spotify
- Valor añadido
  - moda, actualidad.



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.2 Investigación, Aprendemos de la competencia

- Investigación Pasiva
- Investigación Activa
  - Buscadores, estudio del mercado. Productos, clientes
  - Búsqueda de proveedores, nuevas tecnologías etc



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.2 Investigación, Aprendemos de la competencia

- Tratar de simplificar el proceso de compra. Imita a los grandes, ellos han gastado muchos recursos en ello
- Haz o simula compras e interactúa con estas empresas desde un punto de vista crítico, ponte en el lugar de tu cliente y observa lo que te gusta y lo que tú mejorarías
- Cómo interactúan con los clientes



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS

---

- La mayoría de las Startapps no pasan de 5 años de vida
- El lienzo canvas ayuda a ver hacia donde va nuestro negocio
  - Qué (Qué vas a vender)
  - Cómo (Cómo lo vas a hacer)
  - A quién (Quién va a comprarte y porqué)
  - Ingresos
  - Gastos



## MODELO CANVAS



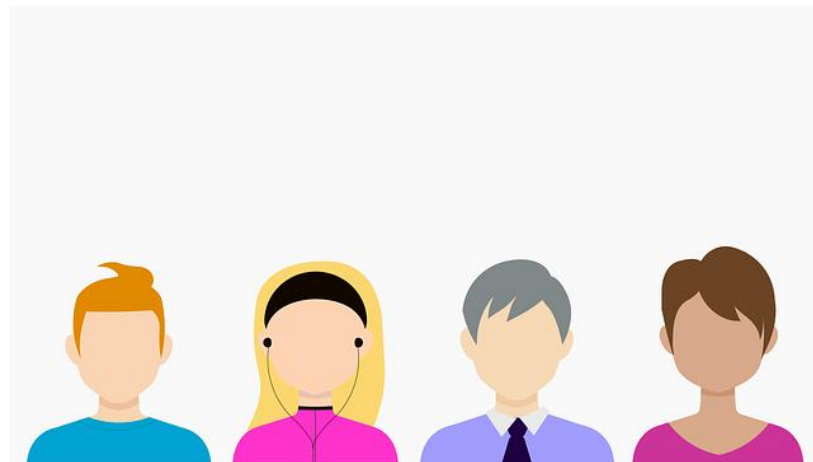
# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Segmento de clientes

---

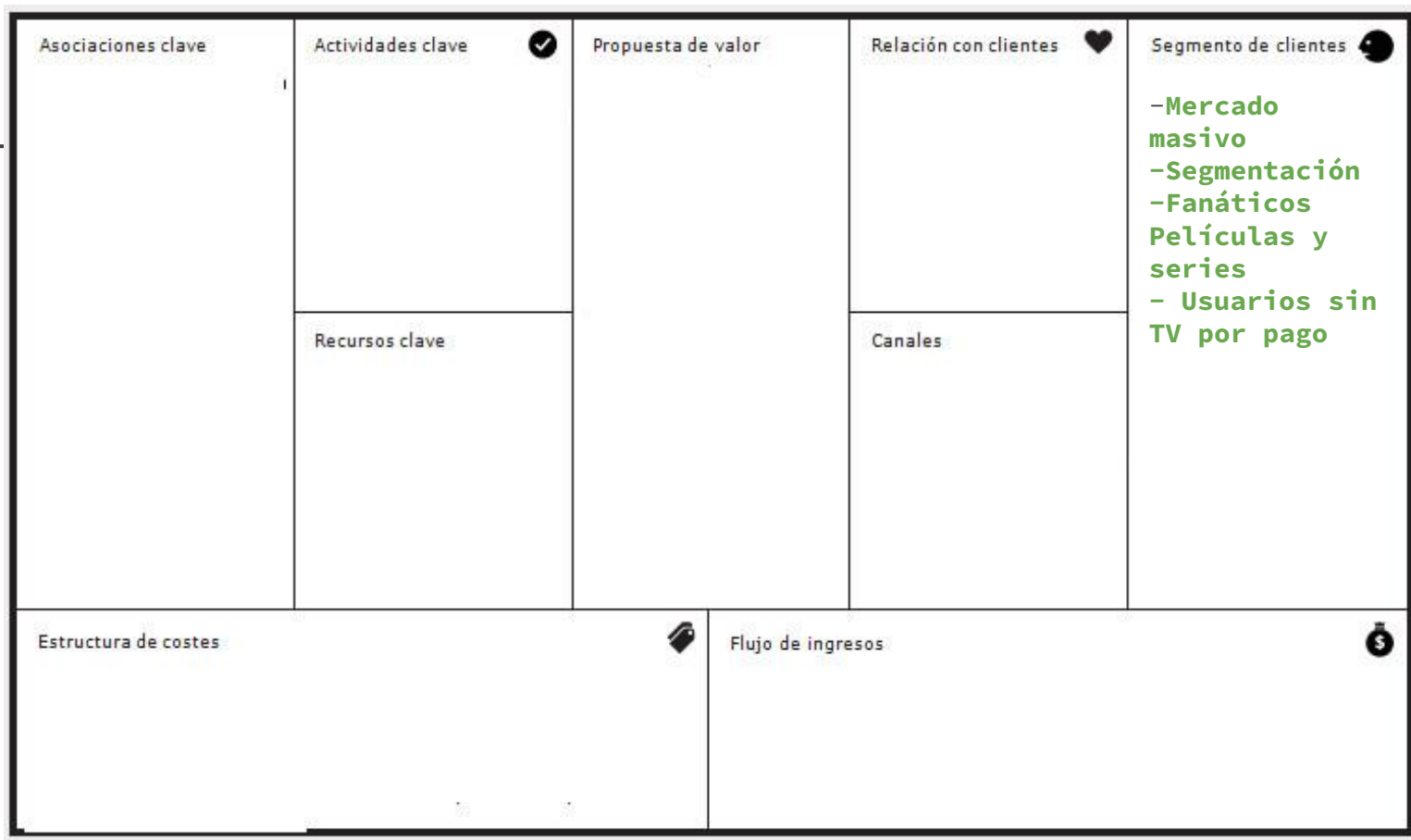
Busca e identifica tus **grupos** de clientes

- ¿Quiénes son tus clientes?
- ¿Qué piensan ellos?
- ¿Qué ven?
- ¿Qué sienten?
- ¿Qué hacen?



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Canvas Segmento Cliente



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Propuesta de valor

---

¿Por qué tus clientes consumen tu producto? ¿Por qué compran?

- La propuesta de valor es el núcleo de la razón de existir de una empresa
- Es tu manera de satisfacer las necesidades del cliente



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Canvas Propuesta Valor

Asociaciones clave	Actividades clave 	Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none"><li>-Video bajo demanda</li><li>-Diferentes tipos de suscripciones</li><li>-Automatizado</li><li>-Variedad contenido</li><li>-Estrenos y exclusivas</li><li>-Varios idiomas</li></ul>	Relación con clientes 	Segmento de clientes  <ul style="list-style-type: none"><li>-Mercado masivo</li><li>-Segmentación</li><li>-Fanáticos Películas y series</li><li>- Usuarios sin TV por pago</li></ul>
Estructura de costes 	Recursos clave		Canales	Flujo de ingresos 

# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Canales

— — —

¿Cómo se promueven, venden y entregan tus productos o servicios?  
¿Por qué? ¿Están funcionando?

- Conocimiento del producto,
- Compra,
- Entrega,
- Evaluación,
- Satisfacción y posventa



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Canvas Canales



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Relaciones con clientes

---




¿Cómo interactúas con el cliente a través de su proceso?

- Cada grupo de clientes tiene necesidades específicas
- Es esencial interactuar con tus clientes



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Canvas Relación Clientes

Asociaciones clave	Actividades clave 	Propuesta de valor  -Vídeo bajo demanda -Diferentes suscripciones -Automatizado -Variedad contenido -Estrenos y exclusivas -Varios idiomas	Relación con clientes  -Servicio automatizado -Servicio técnico -Multicanal -Redes Sociales -Boletín News	Segmento de clientes   -Mercado masivo -Segmentación -Fanáticos Películas y series - Usuarios sin TV por pago
Estructura de costes	Recursos clave		Canales -Sitio web -Aplicación Móvil -Automatizado -Redes Sociales	

# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Fuente de ingresos

---






¿Cómo genera ingresos tu propuesta de valor? Flujos de ingreso

- ¿Cuántos ingresos necesitas para alcanzar el punto de equilibrio?
- ¿Cuántos clientes necesitas?



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Canvas Ingresos

Asociaciones clave	Actividades clave 	Propuesta de valor  -Vídeo bajo demanda -Diferentes suscripciones -Automatizado -Variedad contenido -Estrenos y exclusivas -Varios idiomas	Relación con clientes  -Servicio automatizado -Servicio técnico multicanal -Redes Sociales -Boletín News	Segmento de clientes   -Mercado masivo -Segmentación -Fanáticos Películas y series - Usuarios sin TV por pago
	Recursos clave		Canales -Sitio web -Aplicación Móvil -Automatizado -Redes Sociales	
Estructura de costes 		Flujo de ingresos   -Suscripciones -Anuncios		

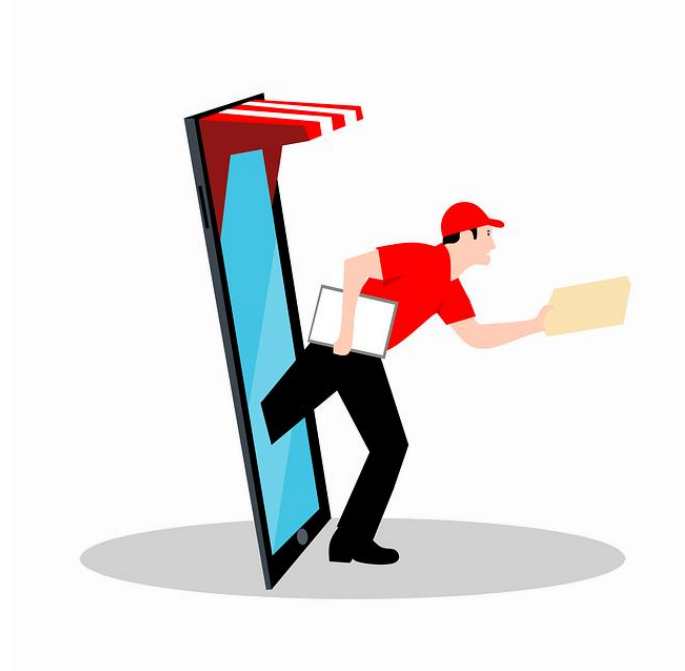
# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Actividades clave

---






¿Qué estrategias únicas tiene tu negocio para entregar su propuesta al cliente?

- Resolución de problemas de tu cliente con tu producto o servicio
- Calidad de tu producto o servicio



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Actividades Clave

<p>Asociaciones clave</p>	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Suscripciones de contenidos</li><li>-Creación Contenidos</li><li>-Marketing</li><li>-Análisis Datos</li></ul>	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Vídeo bajo demanda</li><li>-Diferentes suscripciones</li><li>-Automatizado</li><li>-Variedad contenido</li><li>-Estrenos y exclusivas</li><li>-Varios idiomas</li></ul>	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Servicio automatizado</li><li>-Servicio técnico multicanal</li><li>-Redes Sociales</li><li>-Boletín News</li></ul>	<p>Segmento de clientes </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Mercado masivo</li><li>-Segmentación</li><li>-Fanáticos Películas y series</li><li>- Usuarios sin TV por pago</li></ul>
<p>Estructura de costes </p>	<p>Flujo de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Suscripciones</li><li>-Anuncios</li></ul>			

# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Recursos clave

---






¿Qué activos estratégicos únicos tiene tu negocio para competir?

- Medios que una empresa necesita para llevar a cabo sus actividades
- Recursos físicos, intelectuales, financieros o humanos



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Recursos clave

<p>Asociaciones clave</p>	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Suscripciones de contenidos</li><li>-Creación Contenidos</li><li>-Marketing</li><li>-Análisis Datos</li></ul>	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Vídeo bajo demanda</li><li>-Diferentes suscripciones</li><li>-Automatizado</li><li>-Variedad contenido</li><li>-Estrenos y exclusivas</li><li>-Varios idiomas</li></ul>	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Servicio automatizado</li><li>-Servicio técnico multicanal</li><li>-Redes Sociales</li><li>-Boletín News</li></ul>	<p>Segmento de clientes </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Mercado masivo</li><li>-Segmentación</li><li>-Fanáticos Películas y series</li><li>- Usuarios sin TV por pago</li></ul>
	<p>Recursos clave</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Contenido Virtual</li><li>-Servidores</li><li>-Sistema de recomendaciones personalización</li><li>-Licencias</li></ul>		<p>Canales</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Sitio web</li><li>-Aplicación Móvil</li><li>-Automatizado</li><li>-Redes Sociales</li></ul>	
<p>Estructura de costes </p>		<p>Flujo de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"><li>-Suscripciones</li><li>-Anuncios</li></ul>		

# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Asociaciones clave

---






¿Qué actividades puede dejar de realizar tu compañía para enfocarse en sus acciones clave?

- Crear alianzas con socios
- Qué socios pueden constituir una relación valiosa



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Asociaciones clave

<p>Asociaciones clave</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Estudios Cine y Televisión</li><li>- Proveedores de Internet</li><li>- Inversores</li><li>- Publicistas</li></ul>	<p>Actividades clave </p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Suscripciones de contenidos</li><li>- Creación Contenidos</li><li>- Marketing</li><li>- Análisis Datos</li></ul>	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vídeo bajo demanda</li><li>- Diferentes suscripciones</li><li>- Automatizado</li><li>- Variedad contenido</li><li>- Estrenos y exclusivas</li><li>- Varios idiomas</li></ul>	<p>Relación con clientes </p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Servicio automatizado</li><li>- Servicio técnico multicanal</li><li>- Redes Sociales</li><li>- Boletín News</li></ul>	<p>Segmento de clientes </p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mercado masivo</li><li>- Segmentación</li><li>- Fanáticos Películas y series</li><li>- Usuarios sin TV por pago</li></ul>
<p>Estructura de costes </p>	<p>Flujo de ingresos </p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Suscripciones</li><li>- Anuncios</li></ul>			

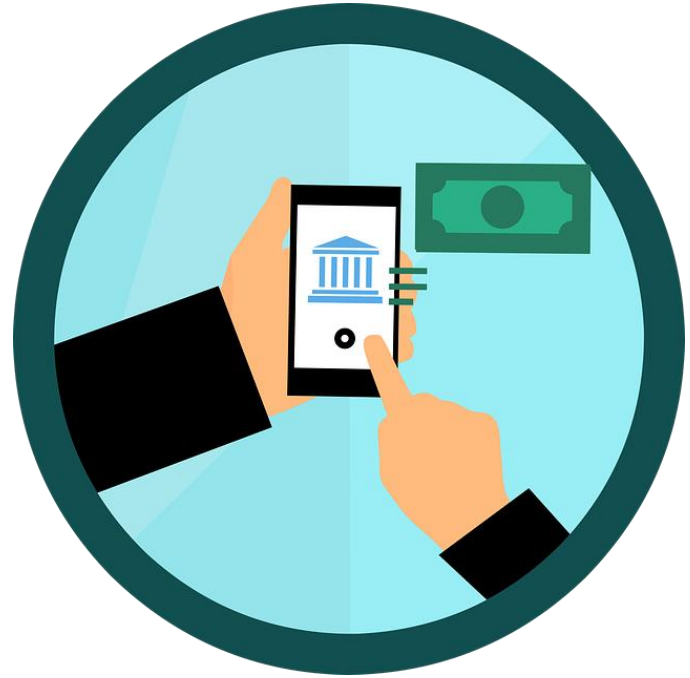
# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método CANVAS Estructura de costes

---

¿Cuáles son los principales generadores de costes de la empresa?

- Obtener una idea de la estructura de costes
- ¿Cómo se vinculan a los ingresos?



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.3 Método Estructura de costes

<p>Asociaciones clave</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Estudios Cine y Televisión</li><li>- Proveedores de Internet</li><li>- Inversores</li><li>- Publicistas</li></ul>	<p>Actividades clave ✓</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Suscripciones de contenidos</li><li>- Creación Contenidos</li><li>- Marketing</li><li>- Análisis Datos</li></ul>	<p>Propuesta de valor</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Vídeo bajo demanda</li><li>- Diferentes suscripciones</li><li>- Automatizado</li><li>- Variedad contenido</li><li>- Estrenos y exclusivas</li><li>- Varios idiomas</li></ul>	<p>Relación con clientes ♥</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Servicio automatizado</li><li>- Servicio técnico multicanal</li><li>- Redes Sociales</li><li>- Boletín News</li></ul>	<p>Segmento de clientes 🎯</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Mercado masivo</li><li>- Segmentación</li><li>- Fanáticos Películas y series</li><li>- Usuarios sin TV por pago</li></ul>
<p>Estructura de costes</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Costes Fijos, costes variables</li><li>- Tecnología y desarrollo</li><li>- Marketing</li><li>- Creadores de contenidos</li></ul>	<p>Flujo de ingresos 💰</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Suscripciones</li><li>- Anuncios</li></ul>			

# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.4 Creación de una Tienda Online

---

- Decisión importante tras, estudio y opciones.
- Tiene que ser muy sencilla *por delante* (Para el usuario) aunque es compleja *por detrás* (administrador)
- Proveedores alojamiento dominio, pasarelas de pago, tecnología
- Gestión de Stock, seguimiento pedidos
- Testimonios de Clientes



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.5 La Base de datos

- Datos de nuestros clientes, producto y servicios
- Información sensible
- Podemos conectar la BD con whatsapp por ejemplo para contactar con nuestros clientes.
  - Parte de Datos (Clientes, proveedores, productos )
  - Parte Gestión (Informes y análisis de datos)

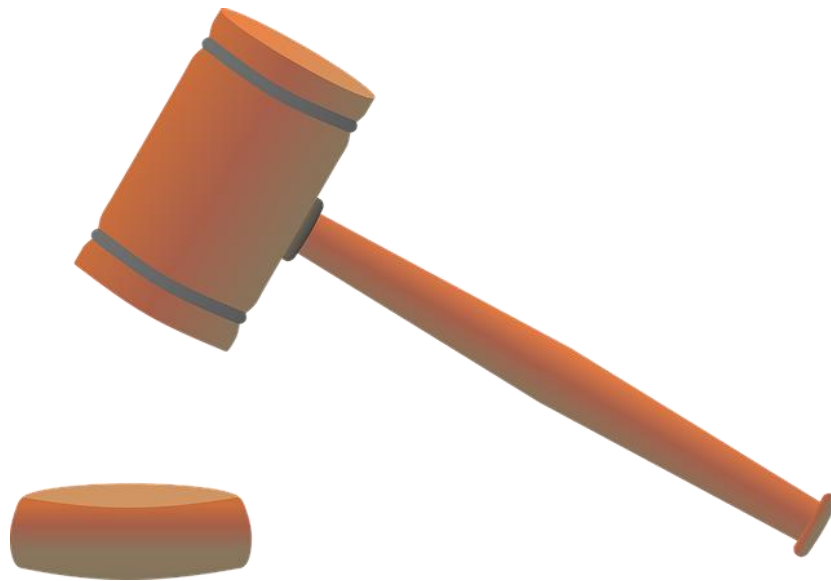
Clasifica a tus clientes (Premium, Pro, Basic)



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.6 Protección de Datos

- En España La LOPD es muy restrictiva
- Debemos informar que vamos a hacer con los datos de los clientes
- Cuidado con **Datos Sensibles** además de datos personales, están el (Peso, medida, religión, aspectos de salud... )
- Asesorar con Abogados expertos e informar a los clientes.
- **No son Datos sensibles** los datos de navegación. Estos se almacenan en cookies y deben ser informadas.



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.7 Técnicas LEAN

---

- LEAN es “dar las llaves del coche a tu cliente que sea el que conduce tu negocio”
- Escuchar al cliente y actuar en consecuencia
- LEAN es menos planificación y más experimentar
- En el mercado digital es más fácil usar las técnicas LEAN ya que todo se puede medir mucho mejor

La [metodología LEAN](#) nos ayuda a ahorrar costes y tomar mejores decisiones involucrando a los clientes en las decisiones que tomamos en la empresa



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.8 Digitalización de negocios existentes

- Es más fácil empezar de cero aunque tiene ventajas
- El Negocio Digital tiene otro ritmo y exigencias

Podemos aprovechar nuestros conocimientos contactos etc, pero lo más recomendable es empezar desde cero



# 1 Introducción al comercio electrónico

## 1.9 Webs informativas (Precualificación de la venta)

- Ayudan a la venta, pero no permiten la compra (Casa, un coche...)
- Webs muy atractivas que pretenden que finalices la compra en el establecimiento, o a través de otro medio.

[Coches](#) [Casas](#)

Preparan para la venta pudiendo incluso realizar reservas que luego se materializan en el centro distribuidor



# Gracias por tu asistencia

*MrSoft el valor de la comunicación*