


# Comercio Electrónico Sesión 4

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**

# Comercio Electrónico



Redes sociales  
aplicadas al  
comercio  
electrónico

Descanso  
15 min

# Comercio Electrónico

Redes sociales  
aplicadas al  
comercio  
electrónico

Descanso  
15 min

Publicidad  
Digital  
El Buscador de  
Google

Descanso  
15 min

# Comercio Electrónico

Redes sociales  
aplicadas al  
comercio  
electrónico

Descanso  
15 min

Publicidad  
Digital  
El Buscador de  
Google

Descanso  
15 min

Google maps  
Google  
my Business

# 4. Redes sociales aplicadas al comercio electrónico

1. **TikTok**
2. **Tu tienda En Redes Sociales**
3. **Redes de Opiniones**
4. **Marketing en Redes Sociales**
5. **Viralización**

Comercio Electrónico



# Conceptos

**Las redes sociales, bien utilizadas, pueden marcar la diferencia en nuestras estrategias de marketing.**

**Crear contenidos, de interés para los usuarios, ayuda a recolectar una información de cada usuario que permite establecer perfiles para ser posteriormente utilizados como medios publicitarios y como herramientas de marketing**

Comercio Electrónico



## 3 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 3.6 TikTok

---



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 TIKTOK

Qué es TIKTOK?

---

- Es una red social asiática basada en compartir vídeos
- Ha conseguido superar a Facebook, Instagram, YouTube y Snapchat en número de descargas
- Fue lanzada en septiembre de 2016, sólo tardó 200 días en ser desarrollada
- El dueño es la empresa tecnológica china **Bytedance**
- Bytedance es también la empresa que **compró Musical.ly** por 1.000 millones de dólares en noviembre del 2017
- En agosto del 2018 mató a musical.ly para fusionarla con TikTok



## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.6 TIKTOK



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 Tiktok

Cómo funciona TIKTOK?

- **TikTok** permite crear, editar y subir videoselfies musicales, pudiendo aplicarles varios efectos y añadirles un fondo musical.
- Permite subir **vídeos de tu galería** y agregar efectos
- En TikTok También funcionan las **historias** y los **directos**.
- Los filtros de ia y los trends son los que han lanzado a la fama tiktok
- Tiene un consumo muy ágil y adictivo **ALGORITMO**



## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.6 Tiktok



## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.6 Tiktok



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 Tiktok Perfil Personal



TikTok

Buscar



+ Cargar



15



Para ti

Siguiendo

Explorar

LIVE

Perfil



**elgranpichom**

Enrique Rodriguez Santamaria

Editar perfil

103 Siguiendo 5522 Seguidores 390.7K Me gusta

Cuenta de baloncesto familiar

Videos

Favoritos

Me gusta

Cuentas que sigues

- monicafdezr**  
mónica
- thesouthernriver...**  
thesouthernriverband
- claudiaalonsoser...**  
Claudia Alonso Serrano
- maselukae**  
Maselukae
- solovideoironici\_**  
alex
- jamiroquai\_hq** ✓  
Jamiroquai HQ
- lennykravitz** ✓  
Lenny Kravitz
- nofitsireal**  
Nofitsireal



▶ 14.2K

Sigue jugando 🧡...



▶ 44.3K

#balcestofemenino ...



▶ 8322

#balcestofemenino ...



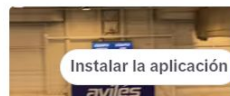
▶ 4126

#balcestofemenino ...



▶ 5890

#balcestofemenino ...



Instalar la aplicación

# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 TikTok



Qué uso tiene Tiktok en el comercio electrónico?

1. Crear cuenta normal y después pasarla a cuenta de empresa
2. Herramientas de medición y publicidad en TikTok
3. Posibilidad de llegar a un público que no encontrarás en otras redes sociales
4. Mostrar tu producto o servicio de una forma “diferente”
5. Segmentación de audiencia.
6. Imagen moderna de tu marca. (Tal vez hoy tu cliente no esté en tiktok, pero puedes dejar la semilla para el día de mañana)

# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 Tiktok Perfil Empresa

The screenshot shows the TikTok profile page for 'MrSoft' (@mrsoftasturias). At the top, the name 'MrSoft' is displayed with a dropdown arrow, a location pin icon, and a menu icon. Below this is the profile picture, which is a circular logo with 'MrSoft' and 'Desarrollo Programación' text, and a plus sign. The username '@mrsoftasturias' is centered below the profile picture. Statistics are shown: 23 'Siguiendo', 12 'Seguidores' (with a '+17' indicator), and 48 'Me gusta'. Below the statistics are three buttons: 'Editar perfil', 'Compartir perfil', and a profile icon with a plus sign. The bio reads 'MrSoft el valor de la Comunicación'. Below the bio are links for 'Email' and 'Ahora tú'. A navigation bar at the top of the video feed includes icons for home, lock, messages, and heart. The video feed shows five video thumbnails with view counts: 897, 884, 632, and two partially visible thumbnails. At the bottom is the TikTok navigation bar with icons for 'Inicio', 'Amigos', a plus sign for creating content, 'Bandeja de entr...', and 'Perfil'.

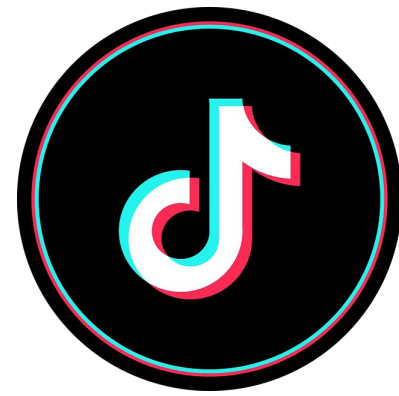


# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 Tiktok

Estadísticas de TikTok 2023:

- **1,719** millones de usuarios en 2022
- **España** cuenta con **16,63 millones** de usuarios de TikTok 2023
- Las personas de **entre 18 y 34 años** constituyen la mayoría de los usuarios de TikTok
- El **61%** de la base de usuarios de TikTok se identifica como **mujer**
- Entre **12 y 24 años** representan el **41.6%** de los usuarios



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.6 Tiktok

Estadísticas de Tiktok 2023:

- Los videos verticales en TikTok tienen un 25% más de visualizaciones
- La cuenta de marca más seguida es el propio canal de TikTok, con 67 millones de seguidores
- El 63% de los anuncios de TikTok con mayor alcance comparten su mensaje en los 3 primeros segundos



## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.7 Tu tienda en Redes Sociales



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.7 Tu Tienda en Redes Sociales

La opción más favorable a día de hoy es Commerce Manager :

- Facebook e Instagram son grandes redes sociales donde participan millones de usuarios
- Opción de agrupar con Whatsapp Business.
- Oportunidad de abrir un escaparate, etiquetar productos en imágenes
- Facilidad para crear anuncios personalizados para tus productos



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.8 Redes de Opiniones

---



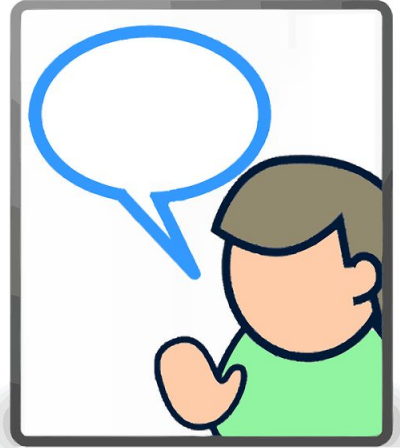
# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.8 Redes de Opiniones

Las redes de opiniones son espacios para dejar comentarios relacionados con un servicio realizado por parte de una empresa:

- Tripadvisor
- Booking reseñas
- Reseñas de Google

Viajes, turismo etc son sectores en los que influye más las opiniones de los usuarios



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.9 Marketing en Redes Sociales

---



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.9 Marketing en Redes Sociales

Casi todas las redes tienen plataformas para gēnerar anuncios. Los costes y formatos de la publicidad varían de un medio social a otro:

- LinkedIn - muy segmentada y cara
- Facebook, Instagram - Promoción de publicaciones o creación de anuncios personalizados
- X - Creación de anuncios
- Sitios de Google - promoción del sitio en modo local

Podrás publicitar y segmentar tu producto en las redes sociales más convenientes





## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.10 Viralización



## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.10 Viralización



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.10 Viralización



## 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

### 4.10 Viralización



# 4 Las redes sociales aplicadas al comercio electrónico

## 4.10 Viralización

En algunas ocasiones es cuestión de suerte, pero en otras esta viralización es forzada por las marcas:

Los usuarios comparten aquellos contenidos que les dan estatus, también los que son divertidos, pero sobre todo según estudios, los que hagan ver a sus contactos que van un paso por delante. Ganar notoriedad propia.

Las redes sociales pueden ayudar a la viralización para dar a conocer tu producto



# ACTIVIDAD

## PERFILES Y PÁGINAS PROFESIONALES

Ya tenemos perfil personal en redes sociales!!

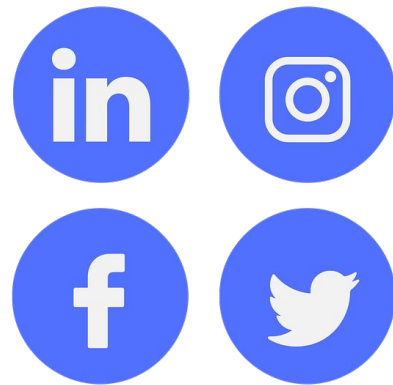
Ahora vamos a crear perfiles o páginas de empresa.

FACEBOOK

INSTAGRAM

TWITTER

LINKEDIN



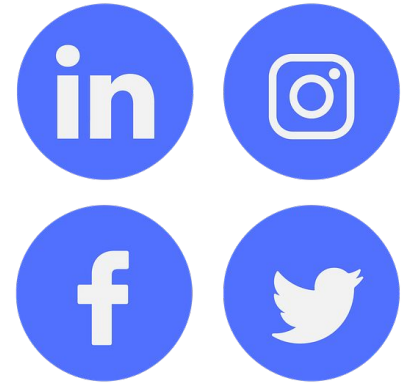
# ACTIVIDAD

## PERFILES Y PÁGINAS PROFESIONALES

---

titanessocial23@gmail.com

2023Titan\*



- 
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**

# 5. Publicidad Digital

1. **Email Marketing**
2. **Afiliación**
3. **Banners**
4. **Publicidad en Google**
5. **Redes Sociales**

Comercio Electrónico



# Conceptos

Para conseguir los objetivos de venta y optimizar el presupuesto invertido de nuestro comercio electrónico es importante conocer las distintas herramientas de publicidad digital que podemos utilizar para obtener el máximo retorno posible

Comercio Electrónico



# 5 Publicidad Digital

---



# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing

Consiste en comunicarse con correos electrónicos a una base de datos de contactos, como pueden ser tus clientes potenciales

- Base de datos propia
- Base de datos de terceros ([Ojo lista robinson](#))
  
- Es muy importante tener una buena lista de correos electrónicos
- Hay que tener cuidado con el spam
- Importancia el Título para enganchar
- Contenidos atractivos y acorde al tema



# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing MailChimp crear cuenta



Precios



### Creación rápida de correos electrónicos con plantillas premium

Ayuda a mejorar la interacción de los clientes con plantillas personalizadas diseñadas profesionalmente, disponibles en cualquier plan de pago.

Iniciar prueba gratuita

¿Tienes una pregunta sobre Mailchimp? ¿En qué puedo ayudarte?

¿Es Mailchimp para mí?

Necesito ayuda con mi cuenta de Mailchimp

Conseguir conversiones con automatizaciones

Crear más rápido con IA generativa

Habla con nosotros



# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing MailChimp configurar campaña



Correo electrónico

Automatizaciones

Sitio web

Página de destino

Asistente creativo

Formulario de registro

Encuestas

Anuncio

Publicación en redes sociales

Postal

### Crea algo que llame la atención

Se basa en las prácticas recomendadas

Prueba a crear una de estas opciones:



#### Correo electrónico ordinario

Utiliza nuestro generador de correo electrónico para lanzar una campaña en cuestión de minutos.

[Diseñar correo electrónico](#)



#### Automatización

Configura automatizaciones de correo electrónico que personalicen tu marketing y te permitan ahorrar tiempo.

[Crear un recorrido](#)



#### Página de destino

Crea una página de destino que permita a los usuarios registrarse para recibir promociones o descuentos de productos.

[Crear página de destino](#)

# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing MailChimp configurar campaña



Salir

Borrador

Finalizar más adelante

Enviar

### Sin título

Editar nombre

<input checked="" type="checkbox"/> A ¿A quién envías este correo electrónico?	Añadir destinatarios
<input checked="" type="checkbox"/> De ¿Quién envía este correo electrónico?	Añadir de
<input checked="" type="checkbox"/> Asunto ¿Cuál es la línea de asunto de este correo electrónico?	Añadir asunto
<input checked="" type="checkbox"/> Hora de envío Enviar ahora	Editar hora de envío
<input checked="" type="checkbox"/> Contenido Diseña el contenido de tu correo electrónico.	Diseñar email

Nuevo



Ahora, los parámetros configuración de la hora de envío se encuentran en un solo lugar. Haz una selección aquí para enviar o programar tu correo electrónico.

Entendido.

## 5 Publicidad Digital

### 5.1 Email Marketing MailChimp configurar campaña



# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing

1. El spam sigue inundando los correos electrónicos ya que muchos de los usuarios que los mandan cambian el asunto del mensaje para así poder pasar los filtros de los gestores de correo.



# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing

1. El spam sigue inundando los correos electrónicos ya que muchos de los usuarios que los mandan cambian el asunto del mensaje para así poder pasar los filtros de los gestores de correo.
2. **Las bases de datos deben ser bases de datos contrastadas y verídicas.**



# 5 Publicidad Digital

## 5.1 Email Marketing

1. El spam sigue inundando los correos electrónicos ya que muchos de los usuarios que los mandan cambian el asunto del mensaje para así poder pasar los filtros de los gestores de correo.
2. Las bases de datos deben ser bases de datos contrastadas y verídicas.
3. **Las ofertas que se envíen deben ser puntuales e interesantes, ya que si se convierten en un continuo envío de mensajes, el receptor puede cansarse de recibirlos y puede enviar dicho correo a la bandeja de spam y así habremos perdido potenciales clientes para nuestro producto**



# 5 Publicidad Digital

## 5.2 Afiliación

El marketing de afiliación supone la promoción de productos de otras empresas o personas a cambio de una comisión por cada venta de dicho producto

- Los productores pueden tener canales de venta no solo a través de un vendedor sino de varios
- Seleccionar las plataformas acorde al producto ofrecido en el programa de afiliación

### Ejemplos



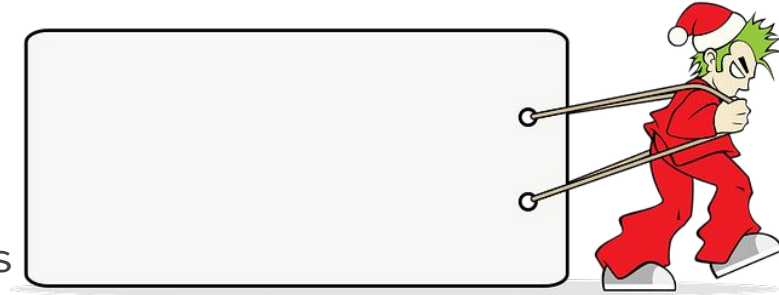
# 5 Publicidad Digital

## 5.3 Banner

Un banner es una pieza de publicidad digital que combina imágenes, texto y en ocasiones sonido y elementos interactivos, que se introduce en páginas web para dar visibilidad a una marca, empresa o campaña

- Suele ser un gráfico animado con enlace a un sitio web
- Un diseño adecuado y poco intrusivo

### [Ejemplos](#)



# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM



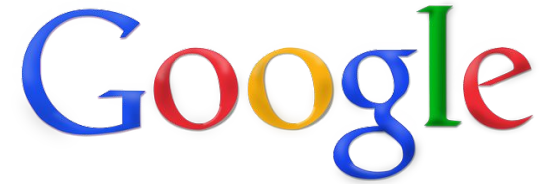
Google es el principal buscador, cuenta con millones de usuarios. Tipos de publicidad en Google:

1. **Google AdSense**, Poner anuncios de otros en tu sitio web para ganar dinero por click
  - a. Entrar en Google AdSense
  - b. Registrar tu página y esperar la validación
  - c. Aparece un banner en tu web donde cobras por objetivos

# 5 Publicidad Digital

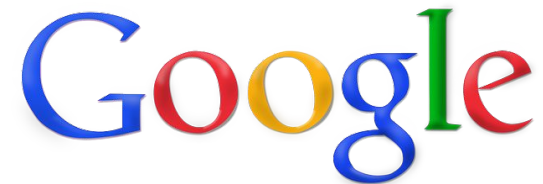
## 5.4 Publicidad en Google SEM acceso a adsense

Google AdSense [Página principal](#) [Soluciones](#) [Historias de éxito](#) [Recursos](#) [Blog](#) [Acceder](#) [Comenzar](#)



# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM ejemplo adsense



En Galego Texto a buscar en... Edición digital Escucha **RadioVoz** Newsletters Réplica edición impresa [Suscríbete](#) [Iniciar sesión](#)



CARBALLO 21º/8º JUEVES, 10 DE OCTUBRE DE 2019

PORTADA GALICIA LOCAL ECONOMÍA ESPAÑA INTERNACIONAL OPINIÓN DEPORTES SOCIEDAD CULTURA MARÍTIMA HEMEROTECA

TU EDICIÓN: A CORUÑA A MARIÑA AROUSA BARBANZA CARBALLO DEZA FERROL LEMOS LUGO OURENSE PONTEVEDRA SANTIAGO VIGO



**Simplify your workflow.  
Amplify your impact.**

[Get started →](#)

### CULTURA

Así se elige el Nobel de Literatura y estos son los que suenan para los dos premios de



### CERTAME



# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM



Google es el principal buscador, cuenta con millones de usuarios. Tipos de publicidad en Google:

1. Google AdSense, Poner anuncios de otros en tu sitio
2. **Google Ads** Pago por clic PPC
  - a. Campañas de búsqueda
  - b. Campañas Display mostrar anuncios gráficos
  - c. Anuncios de compras. Título precio y breve descripción
  - d. Anuncios Video para Youtube
  - e. Máximo rendimiento todo en uno

Sistema de subastas en tiempo real.

# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM ADS

The screenshot displays the Google Ads dashboard. On the left is a navigation sidebar with icons for 'Crear', 'Campanias', 'Objetivos', 'Herramientas', 'Facturación', and 'Administración'. The main header includes the Google Ads logo, a search bar, and utility icons for 'Diseño', 'Actualización', 'Ayuda', and 'Notificaciones'. Below the header, there are filters for 'Vista (2 filtros)' and 'Campanias (12)'. The 'Vista' dropdown is set to 'Todas las campañas', and the 'Campanias' dropdown is set to 'Seleccionar una campaña'. Below these are more filters for 'Estado de la campaña' and 'Estado del grupo de anuncios'. The main content area is titled 'Vista general' and shows a date range of '10 jun - 31 ago de 2017'. A prominent blue button labeled '+ Nueva campaña' is visible. Below this, a message reads: 'Te damos la bienvenida a Google Ads. Empieza a publicar anuncios creando tu primera campaña. Las campañas te permiten promocionar tus productos o servicios en la inmensa red de resultados de búsqueda de Google, así como en sitios web, videos, aplicaciones móviles y servicios de comparación de precios, entre muchos otros canales.' A 'Configurar una campaña' button is also present. At the bottom, there are two summary cards: 'Cambios más importantes' and 'Resumen del rendimiento de tus campañas'.

# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM ADS

Google Ads

Buscar una página o una campaña

Diseño Actualiz... Ayuda Notificaciones

1/2 No se está publicando ninguno de tus anuncios - Tus campañas y tus grupos de anuncios se han pausado o retirado. Habilítalos para empezar a mostrar anuncios. [Ocultar](#) [Más información](#)

Vista (2 filtros) **Todas las campañas** Campaña **Campaign #1** Grupo de anuncios **Desarrollo de Software**

Retirado Tipo: Estándar CPC máx.: 2,94 € [Más información](#)

Palabras clave de búsqueda Palabras clave de búsqueda negativas

y 1 más Añadir filtro

Buscar Segmento Columnas Informes Descarga Ampliar Más

<input type="checkbox"/>	<input type="radio"/>	Palabra clave	Tipo de concordancia	Estado	CPC máx.	URL final	↓ Clics	Impresiones	CTR	CPC medio	Co
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[creacion paginas web]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 € <input checked="" type="checkbox"/>	-	0	0	-	-	0,0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[desarrollo web]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 € <input checked="" type="checkbox"/>	-	0	0	-	-	0,0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[desarrollo software]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 € <input checked="" type="checkbox"/>	-	0	0	-	-	0,0
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="radio"/>	[diseño y desarrollo web]	Concordancia exacta	Entidad no apta Campaña retirada y Grupo de anuncios retirado	2,94 € <input checked="" type="checkbox"/>	-	0	0	-	-	0,0

Crear Campañas Objetivos Herramientas Facturación Administración

Vista general Recomendaciones Estadísticas e informes Campañas Campañas Grupos de anuncios Anuncios Recursos Audiencias, palabras clave y contenido **Palabras clave de búsqueda** Audiencias

Descarga la aplicación móvil

# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM

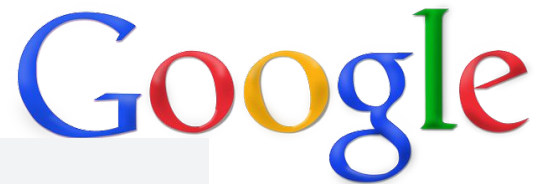


Google es el principal buscador, cuenta con millones de usuarios. Tipos de publicidad en Google:

1. Google AdSense, Poner anuncios de otros en tu sitio
2. Google Ads Pago por clic PPC
3. **Google Maps** Antiguo google my business
  - a. Inicia sesión en Google ADS.
  - b. Haz clic en “Nueva campaña”.
  - c. Selecciona “Solo en la Red de Búsqueda” y luego “Solo en Google Maps”.
  - d. Configura tu campaña, incluyendo la ubicación de tu negocio, los términos de búsqueda relevantes y el presupuesto de la campaña.

# 5 Publicidad Digital

## 5.4 Publicidad en Google SEM MAPS



¿Cuál es el objetivo de tu campaña?

Elige tu objetivo

Selecciona un objetivo para adaptar tu experiencia a los objetivos y la configuración que mejor funcionen para tu campaña



### Ventas

Impulsa las ventas online, en la aplicación, por teléfono o en la tienda



### Clientes potenciales

Anima a los clientes a realizar acciones para generar oportunidades de venta y otras conversiones



### Tráfico al sitio web

Consigue que los usuarios adecuados visiten tu sitio web



### Consideración de la marca y del producto

Anima a los usuarios a descubrir tus productos o servicios



### Cobertura y notoriedad de marca

Llega a un gran número de usuarios y aumenta la notoriedad



### Promoción de la aplicación

Aumenta las descargas, la implicación y el número de usuarios prerregistrados de tu aplicación



### Visitas a tiendas y promociones locales

Impulsa las visitas a tiendas locales, incluidos restaurantes y concesionarios



### Crear una campaña sin un objetivo concreto

Primero elige un tipo de campaña sin recomendaciones según tu objetivo.

# Gracias por tu asistencia

*MrSoft el valor de la comunicación*