

# Índice general

## **Presentación ..... 13**

- ¿Por qué abrir una tienda on-line? ..... 14
- ¿Quién puede montar una tienda en Internet? ..... 14
- ¿Por qué este libro es para usted? ..... 15
- ¿Qué encontrará a lo largo de este libro? ..... 16
- Práctica:** Cree su sitio Oxatis gratuitamente ..... 17

## *Capítulo 1*

## **Una tienda virtual, ¿cómo funciona esto? ..... 21**

- Qué hacen los clientes: Las etapas de una compra ..... 22
  - La visita al catálogo* ..... 22
  - Incorporaciones o modificaciones en el carro* ..... 23
  - La intención de comprar. Uso o creación de una cuenta cliente* ..... 24
- Práctica:** ¿Qué representa un e-mail en Internet? ..... 25
  - La elección del medio de transporte* ..... 27
  - La elección de un sistema de pago* ..... 27
  - Direccionar a una página de pago bancario* ..... 28
  - Página de agradecimiento* ..... 29
- Práctica:** Imagine siempre un sitio de comercio electrónico como un embudo (¡con fugas!) ..... 29
- ¿Qué hace el jefe? ..... 31
  - El papel de la trastienda* ..... 31
  - Vender es tejer vínculos* ..... 32
  - Una tienda virtual a su medida* ..... 33
- Práctica:** Las cuatro estaciones del comercio electrónico ..... 35
- Práctica:** Elegir un nombre de dominio ..... 36
- ¿Qué proponen los proveedores? Las soluciones para construir su tienda on-line ..... 39
  - ¿Qué necesita para poner en marcha una tienda on-line?* ..... 40
  - Comprar un programa* ..... 41
  - Elegir software libre* ..... 41
  - Alquilar una solución on-line* ..... 43
- Práctica:** ¿Las paredes o el fondo? ..... 44

## Capítulo 2

### **Construir una tienda eficaz ..... 49**

Organizar las prioridades .....	50
<i>Divida las acciones complejas en acciones simples</i> .....	50
<i>Concéntrese en lo fundamental</i> .....	50
<i>Trabaje la imagen de su sitio cuanto más tarde mejor</i> .....	51
<i>Nunca olvide cómo llegan las visitas</i> .....	52
<i>La imagen para seducir, el texto para vender</i> .....	53
<i>Procure mantener un sitio impecable</i> .....	53
Las seis páginas indispensables de su sitio .....	54
<i>La página ¿Quiénes somos?</i> .....	54
<i>La página de "Contacto" o la "Dirección"</i> .....	55
<i>La página "Por qué comprar aquí"</i> .....	55
<i>La página "Aviso legal" o "Condiciones Generales de Venta"</i> .....	57
<i>La página "Noticias" o la página "Promociones"</i> .....	58
<i>La página de "Testimonios"</i> .....	59
Organizar los menús y los datos .....	60
<i>Los elementos fundamentales de un sitio de comercio</i> .....	60
<b>Práctica:</b> Crear una página de inicio .....	63

## Capítulo 3

### **Trabaje de acuerdo con las leyes ..... 67**

El marco jurídico dentro del cual debe permanecer .....	68
<i>¿Quién puede comenzar en España?</i> .....	68
<i>¿Cuáles son sus obligaciones?</i> .....	68
¿Qué es la Agencia de Protección de datos y cómo respetar sus principios? .....	75
<i>Obligaciones derivadas de la LOPD</i> .....	76
<i>Propósito de la utilización de los datos</i> .....	77
<i>La conservación de los datos</i> .....	77
<i>La seguridad de la información</i> .....	77
<i>Confidencialidad de los datos</i> .....	78
<i>Derechos de acceso, rectificación y cancelación de los datos</i> .....	78
<i>Inscripción del fichero</i> .....	78
<b>Práctica:</b> Informaciones legales con respecto a las rebajas .....	79
Proteja su sitio contra el robo de contenido .....	80
<i>¿Qué dice la Ley de Propiedad Intelectual (extractos)?</i> .....	80
<i>Está bien, ¿pero qué hacemos en caso de plagio?</i> .....	80



## Capítulo 4

### **Presentar un catálogo eficaz ..... 85**

Organice su catálogo .....	86
<i>Categorías, secciones, familias</i> .....	86
<i>Una categoría no es sólo un nombre</i> .....	87
<i>Las categorías múltiples o "como una hoja de árbol puede crecer sobre varias ramas"</i> .....	88
<b>Práctica:</b> Deje a su imaginación organizar su catálogo .....	89
¿Cómo redactar una ficha de producto? .....	91
<i>¿En qué consiste una buena ficha de producto?</i> .....	91
<b>Práctica:</b> El C.B.V., un taxi para conducir a los clientes a la compra ....	92
<b>Práctica:</b> ¿Su tienda virtual ha de ser parlanchina? .....	93
<i>Organice y cuide la redacción</i> .....	94
<b>Práctica:</b> Un ejemplo concreto, tres textos para el mismo producto. ....	95
<b>Práctica:</b> Añadir un producto a su catálogo <b>Las fotos</b> .....	<b>107</b>
<i>Algunos consejos básicos</i> .....	107
<i>¿Cómo tomar fotos de calidad sin ser un profesional?</i> .....	108
El vídeo .....	110
<i>¿Por qué utilizar el vídeo?</i> .....	110
<i>Principios básicos</i> .....	110
La gestión de tallas-colores y opciones .....	110
<i>¿Qué es un atributo de artículo?</i> .....	110
<i>¿Cómo actuar si un artículo dispone de varios atributos?</i> .....	111
<i>Atención a la codificación de los productos</i> .....	112
<b>Práctica:</b> Completar un producto con opciones y atributos .....	113
Defina su política de stocks .....	120
<i>¡Diga toda la verdad, nada más que la verdad!</i> .....	120
<i>¡Piense como sus clientes!</i> .....	120
Aprovechar la experiencia conseguida a través del uso de sus clientes .....	122
<i>Venda más y aumente sus márgenes: Las ventas cruzadas</i> .....	122
<i>¿Debe recoger los comentarios?</i> .....	123

## Capítulo 5

### **Sea comerciante pero rentable en los gastos de envío ..... 127**

La problemática de los gastos de envío .....	128
Calcular sus gastos de envío, sin perder un céntimo .....	128

*Calcule el coste de envío en función del peso del carrito de la compra . 129*

**Práctica:** Domine la equivalencia peso/volumen y viceversa ..... 130

*Simplifique el problema de los gastos de envío..... 130*

*¿Cómo calcular el precio exacto para no perder nunca? ..... 131*

*Los posibles métodos para calcular los gastos de envío ..... 132*

*Ejemplo de tabla de gastos de envío por niveles, basados en el precio del pedido ..... 133*

**Práctica:** Diferencia entre los gastos de envío y los gastos de manipulación ..... 134

¡Calcule los gastos de envío para reducir al mínimo la pérdida de clientes! ..... 134

*Reducir los obstáculos durante la compra ..... 134*

*¿Por qué debe separar el precio de envío del precio del producto? ..... 135*

*¿En qué momento de la venta debe incluir los gastos de envío? ..... 135*

*En definitiva, ¿qué tarifas debe aplicar a sus clientes? ..... 136*

**Práctica:** Exportar: ¿Es tan complicado como dicen? ..... 137

**Práctica:** Utilizar una calculadora de envíos ..... 138

Posea un espíritu de comerciante ..... 144

*Proponga diferentes costes de envío ..... 144*

*Mime a sus mejores clientes con ventajas ..... 144*

*Permanezca a la escucha y actúe ..... 144*

**Práctica:** Las claves del éxito en el comercio ..... 145

## Capítulo 6

### **Garantice la seguridad de sus pagos ..... 149**

*¿Los pagos on-line son realmente seguros? ..... 150*

*¿Qué opciones de cobro tiene para su sitio? ..... 151*

*¿Qué es un TPV Virtual? ..... 151*

*¿Por qué no siempre es posible conseguir un TPV Virtual? ..... 152*

**En práctica:** Resultado de la Norma 3D Secure ..... 154

*¿Por qué utilizar la solución " todo en uno" de PayPal? ..... 155*

**Práctica:** Cree su cuenta PayPal ..... 157

Pagos electrónicos: los verdaderos costes ..... 171

*Los costes relacionados con el pago seguro ..... 171*

*Los gastos de activación y de alta ..... 171*

*Los gastos mensuales ..... 172*

*Los gastos de las transacciones por medios electrónicos ..... 172*

*La comisión por cobro ..... 172*

**Práctica:** Estime los costos reales de los diferentes medios de pagos . 173



Las otras soluciones de pago ..... 175  
*Crédito on-line* ..... 175  
*Las soluciones de pago directo, PayPal Exprés* ..... 175  
 ¿Cómo aplicar eficazmente los pagos en su sitio? ..... 177

## Capítulo 7

### **Navegue sobre el éxito ..... 179**

¿Debe aceptar o no el pedido? ..... 180  
**Práctica:** El rechazo de una tarjeta de crédito ..... 181  
*Situaciones ante el pago mediante tarjeta de crédito o PayPal* ..... 182  
*Los pagos a través de transferencia o giro* ..... 184  
 Informe a su cliente ..... 184  
*Defina los estados del proceso de los pedidos* ..... 184  
**Práctica:** ¿Un simple e-mail o un auténtico sistema de seguimiento de pedidos? ..... 185  
*¿Qué situaciones estándares del proceso a utilizar?* ..... 186  
**Práctica:** ¿Organizar el seguimiento de los pedidos ..... 189  
**Práctica:** Un enlace para el seguimiento de los envíos ..... 195  
 ¡Trabajar hoy le hará vender mejor mañana! ..... 195  
*¿Cuándo y cómo debe pedir su opinión a los clientes?* ..... 195  
*¿Qué va hacer con los comentarios de sus clientes?* ..... 196  
 Organice a sus visitantes, compradores, etc. .... 197  
*Acepte el anonimato en la Red pero intente sacar provecho de la menor información* ..... 197  
*Empiece a organizar su fichero de clientes* ..... 198

## Capítulo 8

### **Multiplique sus ventas con promociones eficaces ..... 201**

Definir su estrategia ..... 202  
*¿Para qué sirven las promociones?, ¿por qué usarlas?* ..... 202  
*¿En qué momento planificar las promociones?* ..... 202  
*¿Cuánto tiempo debe durar una promoción?* ..... 204  
**Práctica:** La reglamentación sobre las ventas, promociones y precios reducidos ..... 205  
 Las grandes familias de promociones ..... 205  
*Las promociones en el catálogo* ..... 206  
**Práctica:** Creación de un descuento para el catálogo ..... 207



<i>Promociones en el carrito de la compra</i> .....	212
<i>Cupones gratuitos</i> .....	213
<i>Cupones de uso único</i> .....	214
<i>Acumulación de las promociones</i> .....	215
<b>Práctica:</b> Mi sitio no vende, ¿qué puedo hacer? .....	215

## Capítulo 9

### **Adapte su tienda a los diferentes mercados ..... 221**

<i>Venda on-line para el mercado B2B</i> .....	222
<i>Del catálogo en papel al catálogo on-line</i> .....	222
<i>Gane nuevos mercados</i> .....	222
<i>Encuentre nuevas vías rápidamente</i> .....	223
<i>Evite perder a sus clientes</i> .....	223
<i>Aprovéchese del inmovilismo de los más grandes</i> .....	223
<i>Aumente su rentabilidad</i> .....	224
<i>Aumente el importe de los pedidos</i> .....	224
<i>Destaque su oferta</i> .....	225
<i>Estimule a sus clientes B2B a realizar sus pedidos on-line</i> .....	225
<i>Practique un descuento o una rebaja específica</i> .....	225
<i>Facilite la compra</i> .....	226
<i>Ofrezca tiempo</i> .....	226
<i>Las herramientas indispensables para el mercado B2B</i> .....	227
<i>Identifique a los visitantes</i> .....	227
<i>Administre a sus clientes con cuenta</i> .....	227
<i>Organice su tarificación múltiple</i> .....	228
<i>Ponga en marcha las condiciones para los descuentos</i> .....	229
<i>Mejore sus gastos de envío</i> .....	229
<i>Catálogos diferenciados</i> .....	230
<i>Promociones reservadas, ventas privadas</i> .....	230
<i>Catálogo para público en general</i> .....	230
<b>Práctica:</b> El dilema B2B/B2C .....	231

## Capítulo 10

### **Capte un número mayor de visitas con la generación de tráfico ..... 235**

<i>Las grandes soluciones para crear tráfico</i> .....	236
<i>El posicionamiento natural</i> .....	236
<i>Los comparadores de precio</i> .....	237



<i>Los enlaces patrocinados o palabras claves de pago</i> .....	238
<i>La publicidad</i> .....	239
<i>La afiliación</i> .....	240
<i>El boletín informativo</i> .....	240
<i>La estrategia para empezar</i> .....	241
Análisis estadístico de las visitas a su sitio .....	242
<i>Las estadísticas</i> .....	242
<b>Práctica:</b> Analice sus estadísticas .....	244
<i>Seguir y calcular la rentabilidad de sus inversiones en publicidad</i> .....	251
<b>Práctica:</b> Ejemplo del cálculo del ROI de una campaña .....	254

## Capítulo 11

### **¿Por qué es mejor pagar que elegir lo que es gratuito? .....257**

La metralleta y la escopeta .....	258
Haga uso inmediatamente de la metralleta .....	258
El tiempo es dinero, ¿o no? .....	259
<i>Pase de la estrategia a la práctica</i> .....	259
<i>No, eso no es caro</i> .....	260
Comprenda la filosofía de AdWords .....	260
<i>De regreso a 1998</i> .....	261
<i>Un consejo sobre AdWords</i> .....	261
<i>¿Cómo suceden las cosas?</i> .....	262
<b>Práctica:</b> Creación de una cuenta Google AdWord .....	263
Redacte sus anuncios: Divida y vencerá. ....	263
<i>Comprenda con respecto a lo que paga</i> .....	263
<i>¿Realmente puede conseguir más tráfico pagando menos?</i> .....	264
<i>Dividir y escribir los anuncios, el Ad Splitting</i> .....	265
<i>¡Empiece con buen pie!</i> .....	266
Una buena palabra clave para su llavero .....	266
<i>¿Por qué debería usar numerosas palabras clave?</i> .....	267
<i>¿Cómo encontrar las palabras clave?</i> .....	267
<b>Práctica:</b> ¡Vivan las faltas de ortografía! .....	268
Olvídese de Google para centrarse mejor en su objetivo .....	269
<i>Ofrezca a sus visitantes exactamente lo que ellos están buscando</i> .....	270
<i>Organice sus páginas de aterrizaje</i> .....	271

*Matar dos pájaros de un tiro* ..... 272

## Capítulo 12

### **Consiga que su sitio sea visible fácilmente gracias al posicionamiento natural ..... 275**

¿Qué es el posicionamiento natural? ..... 276

¿Por qué funciona? ..... 276

**Práctica:** ¿Qué son las metaetiquetas? ..... 279

¿Cómo funciona? ..... 280

Las malas prácticas ..... 283

Ponga en perspectiva su posicionamiento ..... 284

Comience por las cosas importantes ..... 284

Mejore la elección de sus palabras clave ..... 285

¿Cómo mejorar los títulos de las páginas de su sitio? ..... 286

¿Cómo mejorar las descripciones de las páginas de su sitio? ..... 286

**Práctica:** Algunas cuestiones clásicas y sus respuestas ..... 287

Reescriba sus URL ..... 288

**Práctica:** Reescritura de una URL ..... 290

Organice su posicionamiento ..... 291

Asegúrese que lo esencial esté presente ..... 292

Comience con las páginas estáticas de su sitio ..... 292

Continúe con las principales categorías su catálogo ..... 293

Termine con algunos productos estrella de su catálogo ..... 293

Deje guiarse por su sentido común ..... 294

## Capítulo 13

### **Sáquele jugo a los comparadores de precios y a la afiliación ..... 297**

¿Qué es un comparador de precios? ..... 298

¿Qué es el costo por click o CPC? ..... 298

¿Quiénes son los actores presentes en este mercado? ..... 299

¿Por qué son un canal interesante? ..... 300

¿Cómo utilizarlos? ..... 301

Calcule el retorno sobre la inversión (ROI) ..... 302

**Práctica:** Exportar sus productos hacia Mercamania.es ..... 304

¿Qué es un sistema de afiliación? ..... 309

La afiliación directa ..... 309

La afiliación indirecta ..... 310



<i>¿Cómo obtener el balance de estas ventas?</i> .....	310
<i>Los diferentes métodos para determinar las comisiones</i> .....	311
<b>Práctica:</b> Seguimiento de la rentabilidad de una campaña .....	312
<b>Práctica:</b> Proceda a hacer algunos cálculos de rentabilidad .....	316

## Capítulo 14

### **Amplíe su zona de venta con el mercado digital ..... 319**

<i>¿Qué es el mercado digital?</i> .....	320
<i>¿Quiénes son actualmente los protagonistas más destacados en el mercado digital?</i> .....	320
<i>¿Por qué recurrir a un mercado digital?</i> .....	321
<i>Para encontrar nuevos clientes</i> .....	321
<i>Porque tiene todos los elementos a mano para triunfar</i> .....	321
<i>¿Qué puede vender en un mercado digital?</i> .....	322
Vender bien sus productos en el mercado digital .....	323
<i>Los métodos de venta</i> .....	323
<i>¿Cuál es el modelo económico para el mercado digital?</i> .....	324
<i>Comprenda el mercado</i> .....	325
<i>Defina su precio de venta</i> .....	326
<i>Cree anuncios resultones</i> .....	327
<i>¿Qué hacer durante la subasta y después de la venta?</i> .....	328
<i>Responda a las preguntas de los compradores</i> .....	328
<i>Recupere los pedidos del mercado digital en su tienda web</i> .....	328
<i>Ofrezca nuevas oportunidades a sus clientes</i> .....	329
<b>Práctica:</b> Administrar un mercado digital directamente desde su tienda on-line .....	330

## Capítulo 15

### **Mantenga el contacto con sus visitantes: Boletines, RSS y los blogs ..... 347**

El boletín informativo es indispensable .....	348
<i>Determine la periodicidad, planifique los envíos</i> .....	348
<i>Cumplir la reglamentación, el significado de la ley y sus intermediarios</i> .....	349
<i>Oriente sus destinatarios</i> .....	350
<i>Trabaje la información</i> .....	350
<i>¡A la acción!</i> .....	351

<i>Verifique su boletín antes de enviarlo</i> .....	351
<b>Práctica:</b> Escriba un título eficaz para el boletín .....	352
<b>Práctica:</b> Enviar un boletín informativo .....	353
Aproveche los canales RSS .....	360
<i>¿Qué son los canales RSS?</i> .....	361
<i>¿Qué información se puede recuperar?</i> .....	361
<b>Práctica:</b> Configuración de los canales RSS en su tienda on-line .....	363
Atrévase a mantener un blog .....	367
<i>¿Qué es un Blog?</i> .....	367
<i>¿Por qué mantener un blog?</i> .....	367

## Capítulo 16

### **Dirija su negocio de manera eficaz ..... 371**

Conecte su tienda on-line y su software de gestión comercial .....	372
<i>¿Qué es una aplicación de gestión comercial?</i> .....	372
<i>Entonces, ¿por qué no gestiona todo mediante la misma aplicación de su tienda on-line?</i> .....	372
<i>¿Cuáles son los datos que va a sincronizar?</i> .....	373
<i>Problemas en el software de gestión comercial debido a su relación con internet</i> .....	376
Utilice los servicios de logística .....	377
<i>Saque sus cuentas</i> .....	377
<i>El papel de una empresa de logística</i> .....	379
<i>¿Cuánto cuesta?</i> .....	380
<i>Cómo trabajar con un servicio de logística día a día</i> .....	381

### **Conclusión ..... 383**

### **Índice Analítico ..... 385**