

Bienvenidos a nuestra sexta sesión de nuestra materia Negocios en línea, veremos el tema de **E - Marketing** nuevamente con ustedes su servidor, el maestro Rafael Ramírez acompañado de Alma Karina López quien nos hará la traducción en lenguaje de señas. Comenzamos con el tema **Herramientas del e-marketing**.

### **3.4. Herramientas del e-marketing**

Al conocer las ventajas de la red, las pequeñas empresas pueden incrementar su competitividad, ya que permite el acceso mayor y un mejor manejo de la información, comunicación eficiente de manera rápida y menos costosa, además de que permite vender en la propia casa del consumidor las 24 horas al día. Sin embargo la tecnología es buena solo si se sabe utilizar, esto es que el negocio debe ser un negocio estable fuera de Internet para que pueda tener estabilidad en la Web.

Para realizar mercadotecnia en línea o e-marketing se cambiaran los elementos del Marketing Mix, las 4'Ps tradicionales, que son Producto, Precio, Plaza y Promoción por 4 nuevos elementos del e-marketing que son Cliente, Comunicación, Coste y Conveniencia, los cuales se llamaran las 4,Cs.

Los motivos para este cambio se pueden apreciar en el siguiente cuadro:

#### **4 Ps Tradicionales**

#### **4 Cs del e-marketing**

1. Producto: Vender un producto ya hecho
2. Promoción: Publicidad masiva, invasiva, unilateral.
3. Precio: Monto que se cobra a los clientes por el producto, determinado por estudios y relación con la competencia
4. Conveniencia: Forma más rápida de llegar al cliente, catalogo permanente.

Esto no implica un cambio radical de la utilización de la mercadotecnia en línea, es solo un planteamiento diferente que resalta las nuevas tendencias del mercado virtual, los puntos importantes que se deben tomar en cuenta en el ciberespacio para poder atacarlas de manera más efectiva.

En Internet a diferencia del mercado físico, el producto en sí no es tan importante como la necesidad del cliente, un excelente ejemplo en la empresa DELL que ofrece al cliente la posibilidad de armar el mismo el

producto que desea comprar, no ofrece productos específicos sino la oportunidad de que el comprador escoja y determine exactamente lo que quiere en línea, lo que hace que la empresa centre su atención no tanto en el producto sino en la satisfacción del cliente y en la producción de cada uno de sus pedidos.

Otra de las grandes diferencias que tiene el Internet es el nivel y calidad de comunicación que se alcanza debido a que permite una personalización de la información proporcionada, logrando así un mayor impacto con alguna campaña publicitaria debido a que se dirige los consumidores meta y no se masifica la información.

En el aspecto de los precios es importante aclarar que, en línea, estos serán determinados y aceptados por el cliente.

Para los negocios realizados de manera no virtual, es muy importante contar con un local bien ubicado, decorado, así como la presentación de las mercancías, esto es lo más importante en este elemento debido a que los clientes visitaran el lugar para poder realizar las compras, sin embargo en los negocios virtuales el local será solo visto como una bodega, ya que lo relevante en si será la manera en la que se haga llegar el producto al cliente, el desembolso de esto y el tiempo que tardara en llegarle, además de mostrarle los productos de manera permanente sin que tenga necesidad de salir de su casa.

### **Utilización de las Herramientas a las Empresas de Comercio y Servicios.**

Una vez conocidas las herramientas disponibles y los elementos del e-Marketing Mix, se puede mostrar como las micro y pequeñas empresas mexicanas dedicadas al comercio y los servicios pueden utilizarlas para sacarles el mejor provecho.

En la parte tres de este documento se dieron a conocer diferentes herramientas que el Internet tiene a disposición, así como una breve descripción de cómo funciona cada una de ellas, es en este apartado entonces donde se mostrara como puede aplicarlas un pequeño empresario a su negocio y del beneficio que este puede traerle. Se presenta a continuación y cuadro donde se muestran las diferentes herramientas y su impacto en cada una de las Cs.

El e-mail es un recurso básico para las empresas, es un canal de comunicación utilizado por todas las personas que utilizan el Internet, ya que según un estudio realizado por la Asociación Mexicana de Internet, los usuarios de Internet en México revisan su correo electrónico cada vez que se conectan a la red de redes.

Las micro empresas pueden utilizar esta herramienta para mantener comunicación con sus clientes cautivos de manera más barata, así como para enviar diversas promociones de manera interactiva y con mejor presentación. La cantidad de volantes impresos, así como el número y costo de las llamadas telefónicas a cada cliente se disminuirían, ya que con un solo correo enviado se puede llegar hasta 50 personas, además que se lograría un mayor impacto con cada anuncio debido a que pueden ser personalizados y obtener una retroalimentación inmediata. Una de los beneficios de las campañas publicitarias por e-mail es que se puede modificar al momento y rectificar, lo que es difícil en otros medios como los impresos.

Las micro y pequeñas empresas puede utilizar el Internet como un medio alternativo para comunicarse con sus clientes y proveedores que tengan acceso a una cuenta para intercambio de información y promociones. El correo electrónico o e-mail hace la comunicación o traspaso de información entre los clientes más rápida, efectiva y menos costosa.

Para las micro empresas es importante saber que en una página Web es una oportunidad de presentar los datos que considere necesarios para que los clientes se enteren de los productos que vende, ofrecer servicios adicionales de manera gratuita para los clientes potenciales y mostrar las políticas de pago y entrega de productos, de esta manera todos los cibernautas podrán conocer la empresa, sus productos, sus políticas, además de obtener beneficios extras.

El realizar una página de este tipo, una página viva, trae consigo diversos beneficios, entre ellos la generación de un valor psicológico por parte de los clientes, una trafico frecuente de visitas lo que permite la exposición del Web Site a más clientes potenciales, el proporcionarle al cliente los datos necesarios para conocer y solicitar los productos o servicios que se ofrezcan.

En cuestión de publicidad o comunicación eficiente en Internet se encuentran diversas herramientas como lo son las comunidades virtuales, los foros, Blogs y el Chat. Las comunidades virtuales son excelentes para mantener la comunicación con los clientes tanto reales como potenciales, así como para conocer sus experiencias y dudas, también es ideal para formar grupos de clientes con gustos similares para que usted pueda proporcionarles información específica para sus necesidades, estos grupos no tienen costo y pueden ser creados con gran facilidad.

Los foros y Blogs, sirven para dejar anuncios publicados en diversos puntos de la red esperando el tráfico de los cibernautas, estos anuncios en los Foros y Blogs podrían ser comparados con los anuncios en radio y televisión, ya que son publicados para una masa de visitantes, sin embargo la diferencia está en el costo y al número de personas a las que se expone el comercial ya que en estas herramientas de Internet el anuncio es gratuito y en los medios tradicionales no lo es, y el número de personas que visiten el comercial en los foros es menos a las que está expuesto un comercial en televisión.

El utilizar el Chat es un poco diferente ya que la comunicación es en tiempo real y permiten responder dudas de los clientes al momento, si se desea tener un Chat propio, puede hacerlo con un desembolso pequeño, este Chat tendrá su base en la página Web y requiere de un horario de atención en línea. Esto es que se designe una hora diaria donde los visitantes de su página o los clientes puedan acceder al Chat y platicar con usted o algún representante de su empresa para resolver sus dudas al momento. Esto además de servir como comunicación directa y en tiempo real, es valorado mucho por los clientes tanto potenciales como reales por que puede comunicarse con usted sin necesidad de levantar el teléfono o salir de su casa u oficina.

Los buscadores tienen dos funciones básicas en beneficio de las micro y pequeñas empresas, una de ellas es facilitar a los cibernautas la entrada al Web Site del negocio y la otra es un mejor posicionamiento en los listados de búsqueda con las palabras de referencia. Para que la página de Internet este bien posicionada, puede hacerse de dos maneras, una de ellas es pagar una renta anual al buscador para lograr una posición privilegiada y la otra es

insertar en la Página Web una tarjeta con los datos generales de la empresa y las palabras clave del contenido de la misma.

El que una página de Internet este dada de alta en un buscador es una ventaja ya que de lo contrario el usuario deberá conocer la dirección completa de la página para poder acceder a ella.

Las empresas pequeñas pueden utilizar una tienda virtual para incrementar sus ventas con menos recursos y llegando a diferente tipo de personas, en ella pueden ofrecer las características específicas de cada producto y presentarlo para los clientes cautivos y potenciales, en las tiendas virtuales los clientes pueden levantar el pedido de sus productos así como pagarlos de manera inmediata o esperar a que se confirme la venta por parte de la empresa.

Es recomendable visitarlas para observar cómo funcionan.

Los catálogos son una forma común de vender que varias empresas han encontrado redituable, pero esto tiene una desventaja, imagine que el comprador no podía comprar el producto le prestaron el catalogo, luego de varios meses o días tiene la capacidad para adquirir alguno pero necesita ver de nuevo el catalogo, primero deberá contactar al vendedor para que le preste nuevamente el catalogo, luego que escoja el producto, contactara nuevamente al vendedor para solicitar el pedido y esperara a que le llegue el producto, esto obviamente lleva mucho tiempo para el vendedor y para el comprador.

La última herramienta que trataremos son las subastas en línea, están han estado creciendo en los últimos años, la empresa de subastas en Latino América Mercado Libre a notificado que sus ventas en México para el transcurso del año 2005 fueron de 280 millones de pesos.

Estas subastas son recomendadas ampliamente para las empresas de comercio, sin embargo se ha dado casos en los que se remata u ofrece algún servicio como la renta de un espacio de servidor o diseños de páginas Web.

La mayoría de estas empresas de subastas dividen los productos en categorías para que los usuarios puedan encontrar los productos que buscan de manera más rápida, el vendedor es el que escoge la categoría en la que cae el producto que vende.

Estas subastas ofrecen dos opciones de venta, la subasta y la compra inmediata, esto es que un vendedor puede escoger entre ofrecer su producto a un precio establecido o en ofrecer el producto y que los posibles compradores pongan el precio. También se puede proporcionar a los compradores distintas formas de pago, mediante depósito bancario, transferencia interbancaria, pago a la entrega o con tarjeta de débito o crédito, de esta manera les ofrecen a los clientes diferentes opciones para pagar.

Muchos de los micro empresarios con negocios de comercio han adaptado a las subastas como canal principal de ventas, creando subtiendas virtuales en estas páginas de Internet, logrando una gran confiabilidad y prestigio entre los compradores y usuarios.

El costo de utilizar estas subastas es un porcentaje de las ventas que se realicen, estos porcentajes van desde el 2% hasta el 15% dependiendo del monto del producto. En este canal se puede vender cualquier producto, desde papelería hasta muebles, casas y automóviles, pero lo que se vende son aparatos electrónicos, accesorios de computadoras, libros, CDs, Películas y Boletos de avión.

Así pues, presentamos la manera en la cual las empresas pueden utilizar las diferentes herramientas del Internet para lograr una exitosa incursión en el ciberespacio, es importante que las empresas identifiquen cuales herramientas son las adecuadas para lo que ofrecen ya que no es necesario que se usen todas al mismo tiempo, también se considera relevante comunicar que estas herramientas no son excluyentes unas de otras sino por el contrario son incluyentes, que nos son dependientes y unas de otras pero pueden combinarse de diversas manera para lograr un efecto positivo para la empresa.

### **Ventajas de estar en el Ciberespacio.**

Una de las principales ventajas de que una empresa este en línea es la de identificar y llegar a diferentes nichos de mercado con la diversificación de sus servicios o productos, además de que se puede hacer con menores costos y de manera más interactiva.

Cuando un empresa decide hacer negocios en Internet es porque, probablemente, tiene a su segmento de mercado identificado y satisfecho con sus servicios o productos, por lo que busca llegar a otro tipo de personas que buscan un valor agregado a los productos o servicios existentes, o buscan clientes de otra parte del estado o país, para crecer o diversificarse. Cuando este tipo de micro y pequeñas empresas comienzan su aventura en la red es muy probable que tengan éxito debido a que cuentan con una base sólida de hacer negocios. Sin embargo cuando una empresa de nueva creación desea incursionar en el ciberespacio deberá estar preparada para batallar en los primeros intentos por captar clientes ya que estos en Internet son más selectivos y se deberá probar la capacidad para cumplir con los plazos y productos prometidos en los pedidos. Para estas empresas nuevas será más difícil es destacar sin embargo el costo y el tiempo para que esto ocurra es poco.

En el ciberespacio una empresa puede mejorar la comunicación con sus clientes, una mejor administración de la información y una forma menos costosa de realizar la publicidad, con la utilización adecuada de las herramientas que Internet ofrece se puede promocionar de manera efectiva, sus comunicados estarán expuestos a más personas, se puede llegar mayor número de clientes potenciales con la oportunidades de hacer negocios con ellos no importan donde estén.

\*\*\*\*\*

Algunas de las ventajas que Internet ofrece a su empresa son:

**Presencia:** El disponer de un sitio Web en Internet sirve también para que sus potenciales clientes le localicen, 24 horas al día, 7 días a la semana. En un mercado con fuerte competencia es necesario que las personas interesadas en los bienes o servicios que se ofrezcan puedan encontrarlos fácilmente.

**Distribución de información:** Si alguna empresa necesita ofrecer información instantáneamente o de forma continua a sus clientes o potenciales clientes, un servicio Web le facilita esta tarea ahorrándole tiempo y dinero. Imagínese que se desea dar a conocer ofertas mensuales, condiciones de venta o relación de sus distribuidores. En un servicio Web se puede publicar esa información de forma inmediata.

**Contacto:** Una de las características más importantes de Internet es su capacidad de facilitar y abaratar las comunicaciones entre sus usuarios. Si una empresa dispone un mecanismo ligado a su negocio que le mantenga en contacto con otras personas, a través del cual ellos puedan resolver sus dudas o pedirle información, estará en el camino de adquirir nuevos clientes.

**Escaparate:** Un negocio dispone de un horario de atención al público necesariamente limitado, y además puede que su presencia física esté limitada localmente. Cuando se dispone de un sitio Web inmediatamente dispone de un lugar en el cual puede mostrar lo que se hace, sus productos y sus servicios a todo el mundo, sin limitación horaria ni geográfica.

**Herramienta de venta:** Un negocio puede convertir su página Web en una herramienta de venta. ¿Se imagina tener el negocio abierto todos los días del año y a todas las horas del día? Disponer de un mecanismo semejante puede hacer que las transacciones con los clientes regulares se faciliten y abaraten o sencillamente vender durante días y horas en las que su negocio permanece ahora cerrado.

### **Los riesgos que implica.**

El mayor riesgo de las empresas que ingresan a los negocios en línea es el de que se pierdan en la inmensidad del ciberespacio, que su estancia en la red de redes no sea conocida por las personas a las que va dirigida y que la inversión anual que requiere sea solo un gasto.

Es común encontrar en Internet páginas con diseños anticuados e información de años pasados, cuentas de e-mail sin revisar, datos sin actualizar desde hace mucho tiempo que no ofrecen nada a los usuarios más que la molestia de haberse topado con ese Web Site, esto es lo que ocurre cuando una empresa entra al mundo del Internet sin tener una estrategia definida, por lo que no sabe lo que quiere lograr con la página de Internet y no hay un seguimiento ni trabajo continuo.

Si un cliente entra a la página de Internet y no encuentra información actualizada en dos meses difícilmente volverá a entrar, lo que provoca la pérdida de la confianza, no solo del cliente que tuvo la mala experiencia sino de todos los conocidos de ese cliente a los cuales transmitirá su experiencia.



Para evitar caer en este riesgo se debe contar con objetivos claros al ingresar a la red de redes y trabajar constantemente para lograrlos, el Internet por sí solo no capta clientes ni vende productos o servicios, las micro y pequeñas empresas deben de tener una estrategia de mercadotecnia establecida que guie las acciones a realizar en línea para así ayudar al éxito del negocio y no dejar que esas acciones caigan y se pierdan en el ciberespacio dando una mala imagen de su marca en línea.

\*\*\*\*\*

### **3.5. Internet y la mezcla de mercadotecnia**

Internet es tan penetrante que el 14 por ciento de los anuncios de televisión presentan ahora direcciones de sitios Web para que los interesados obtengan más información en línea. Por lo tanto compañías de diferentes tamaños utilizan la red como parte de su mercadotecnia (Janal, 2000), convirtiéndose ahora en la Internet Comercial. Fuente Relacionada.

Otro caso interesante es del Tigre Tony, que tiene un sitio en la red ([www.tonythetiger.com](http://www.tonythetiger.com)). Sitio al que se llega desde las cajas de cereal Zucaritas que mencionan la dirección del sitio en la red e informan a los niños sobre los maravillosos juegos y actividades que encontrarán en dicho sitio en el especio.

\*\*\*\*\*

Es así que con el Internet, surge el Marketing en línea u Online Marketing, para dar soporte al programa completo de marketing y así lograr una campaña exitosa de marketing, y es así que los servicios en línea deben ser considerados como otro canal de marketing y de distribución que presta un servicio a los prospectos y a los clientes. Los mensajes clave de marketing de su compañía se deben ver en los anuncios, en la publicidad y en la promoción en línea.

El marketing en línea o el marketing en Internet es entonces un término general para las actividades de promoción realizadas en el Internet. Eso es marketing en buscadores, promociones vía email, marketing vía Pay-Per-Click (como Google Adwords), o promociones vía banners. El Online Marketing se ha convertido en un segmento esencial para cualquier proyecto de marketing, ya sea para promocionar productos o servicios o solo una marca.

Sus potenciales clientes cada día buscan en Internet antes de comprar.  
Fuente Relacionada.

Junto con el Internet Comercial, las empresas tienen que usar mensajes, tipografía, logotipos y otros elementos de la campaña de marketing uniformes, de forma que los consumidores encuentren el mismo contenido sin que importe el medio usado, creando así un sentimiento sólido y familiar entre los clientes.

Es importante considerar el integrar la red a su programa de marketing y al utilizar el mismo diseño, aspecto y mensajes que se encuentran en sus demás materiales promocionales, usted reforzará su imagen y sus temas frente a sus clientes, quienes a su vez le recompensarán con ventas, tráfico a su página y sobretodo lealtad.

El requisito de integrar los servicios en línea con la mezcla de marketing es importante para las compañías que necesitan ampliar sus bases de ventas construyendo la identidad de marca y entrando al mundo en línea. El programa en línea se debe unir a las metas del programa de marketing tradicional, no salirse por su tangente propia. Construir una identidad de marca es importante para las compañías que compiten por el ciberespacio, ya que los consumidores que entran en línea buscan nombres conocidos.

\*\*\*\*\*

### **Mezcla Integral**

Es entonces conveniente lograr una mezcla integral de herramientas y técnicas de marketing de Internet, lo que podría ayudarle a acelerar su empresa y llevarla al siguiente nivel, un nivel que sus competidores quizá ya estén viendo en su radar. Quizás pensar un vídeo interactivo en YouTube.

Podría ser también una campaña de marketing por correo electrónico y un boletín electrónico mensual, este último gratuito. O aplicar el E-mail marketing / Permission marketing, que consiste en alquilar una lista de e-mails de personas que han dado su consentimiento expreso para recibir esas comunicaciones y se les envía un texto publicitario a sus buzones. Un blog puede ser el elemento del que realmente pudiera beneficiarse su negocio, otra forma es registrar sus páginas en marcadores sociales.

\*\*\*\*\*

Los recursos y medios para aprender a crear un negocio online se han multiplicado por 100 en pocos años. En los noventa, cuando el marketing online estaba en sus comienzos, solo unos pocos aventureros sin mucha formación, fueron capaces de hacer de esta clase de negocio una forma de trabajo segura y totalmente efectiva.

\*\*\*\*\*

Hoy en día disponemos de libros, manuales, tutoriales y miles de páginas Web que nos enseñan infinidad de sistemas para generar dinero en Internet. Muchos de ellos son ineficaces porque ya están obsoletos, pero otros permanecen operativos todavía. Toda esta información está disponible con solo teclear un poco.

**Hemos acabado con los temas correspondientes al capítulo 3 agradeciéndoles por su atención y mencionándoles que nos veremos en la próxima cesión, hasta luego y muchas gracias.**