

Informe de Marketing - RC70201 -

~ Secretos De Los Negocios En Internet ~

Tres Factores Decisivos Para Hacer Crecer Tu Negocio En Internet

**INFORME CONFIDENCIAL
DISTRIBUCIÓN EXCLUSIVA**



por Roberto R. Cerrada ® - 2007 -
www.RobertoCerrada.com
www.CirculoDeMarketing.com

p.v.p. 00 u.s.\$

Información y derechos

AVISO: Este es un informe GRATUITO pero **no es de libre distribución**. Únicamente puede ser distribuido desde la dirección url: <http://www.circulodemarketing.com/ir-a/rc70201> . El poseedor de estos materiales tiene los derechos de reventa o de redistribución, no podrá entregarlo de ningún sitio web, ni incluirlo en ninguna membresía, entregarlo como bono de regalo o como incentivo de suscripción. Por favor, recuerda que el éxito de cada uno depende de sus propios conocimientos, capacidad de aprendizaje, dedicación, deseo y motivación. Como en todo negocio, no podemos garantizar al cien por cien que vayas a obtener ingresos implementando las ideas expresadas en este manual. Ahora bien, deseamos que las ideas aquí expuestas, te ayuden a construir un negocio fuerte y rentable.

Ninguna parte de este informe puede ser reproducida o transmitida en ningún tipo de formato electrónico, mecánico o impreso, incluyendo fotocopias, grabaciones o cualquier soporte de información sin la expresa autorización por escrito de los autores.

AVISO LEGAL: La información presentada aquí representa el punto de vista de los autores de la misma en su fecha de publicación. Debido a que las condiciones del mercado y las variables endógenas y exógenas que influyen en los negocios, los autores de esta publicación, se reservan el derecho de alterar o modificar esta información basada en las nuevas condiciones. Esta publicación tiene únicamente un objetivo de información y no constituye contrato, ni prueba del mismo. Ni el autor, ni los editores o los afiliados y partners de esta publicación, asumen ninguna responsabilidad de los errores, inexactitudes u omisiones. Cualquier descuido en estos aspectos no es intencionado. Cualquier referencia a alguna persona u organización viva o muerta, es puramente accidental.

**Copyright 2007 - 2010 Roberto R. Cerrada -
Todos los derechos reservados - Madrid - España**

Si estás interesado en DISTRIBUIR este Informe De Marketing, dirígete a la siguiente URL para poder hacerte con los derechos de dsitribución...

<http://www.circulodemarketing.com/ir-a/rc70201-acceso>

Índice

Información y derechos	2
Índice	3
Tres Factores Decisivos Para Hacer Crecer Tu Negocio En Internet	4
Factor Clave nº 1: Desarrollar un posicionamiento diferenciado	5
Factor Clave nº 2: Encontrar un nicho de mercado en internet con demanda	6
Factor Clave nº 3: Establecer un correcto flujo de marketing	7
ESTUDIO DEL CASO: Cómo Reinventé Uno De Mis Negocios En Internet, para conseguir más de 7.700 u.s.\$ en ventas cada mes en modo automático.	9
Un recurso valioso para tu negocio en línea...	13
ANEXO: Otros recursos	14
Herramientas, aplicaciones, dominios, alojamiento.....	14
Libros de Marketing, Manuales y Workshops.....	15
Herramientas y Servicios de Promoción / Publicidad	16

Serie Informes de Marketing

Tres Factores Decisivos Para Hacer Crecer Tu Negocio En Internet ...

Muchos emprendedores, pequeños negocios e incluso las propias pymes, se desencantan porque sus apuestas en internet no consiguen resultados, es decir, sus sitios web no producen ingresos, no hacen ventas o no captan clientes.

¿Cuáles son los factores clave para que un sitio web consiga resultados para sus propietarios?

Aunque las variables que influyen en el marketing por internet, no son pocas, hay tres factores clave cuya falta de observación cercena toda posibilidad de hacer negocios en internet.

A la hora de conseguir resultados on line, desde mi experiencia de más de 7 años haciendo negocio on line, me atrevo a decir que hay dos alternativas...

(1) Arriesgar e invertir cientos de miles de euros en publicidad y generación de marca..

(2) Encontrar y desarrollar un posicionamiento diferenciado en un nicho de mercado con demanda en internet.

Evidentemente la primera opción, se sale del presupuesto y sobre todo de la capacidad de inversión de las pequeñas y medianas empresa y mucho más, de los negocios emprendedores.

Por lo tanto, sólo nos queda la segunda opción y aquí tu tienes que observar tres principios, tres factores clave, que aunque no garantizan al 100% el éxito on line, si no los observas, lo que sí está garantizado es que no tendrás ni la más remota posibilidad de obtener resultados.

¿Por qué soy tan drástico en este punto?... Porque además de mi propia experiencia, he observado cómo cientos de empresas y emprendedores tiran

a la basura, meses y meses de esfuerzo e inversión, para terminar por no conseguir nada, aunque han intentado casi de todo...

Y es una lástima que se malgasten tantos recursos, tiempo y esfuerzo, cuando el camino más derecho y a la postre más sencillo es hacer las cosas bien, aunque al inicio cueste más esfuerzo.

En este sentido, déjame apuntarte los tres factores clave que, como te dije: es imperativo que observes, si quieres tener alguna posibilidad de obtener, al menos, unos mínimos resultados en internet, que justifiquen el tiempo, dinero y esfuerzo invertido.

Factor Clave nº 1: Desarrollar un posicionamiento diferenciado

¿Qué significa esto?... Pues tan sencillo como dar a tu negocio en internet una posición de valor, diferenciada del resto de competidores.

La forma más sencilla de conseguir esto es si tu manejas la configuración y el marketing del producto o servicio que desarrollas, pues podrías variar sus características o sus ventajas, retocando aspectos básicos del diseño, de las prestaciones, etc, etc.

¿Pero es posible encontrar un posicionamiento diferenciado, aunque no tengas control sobre la configuración del producto?... La respuesta es: Sí

Mira, el posicionamiento de un producto viene determinado por la percepción de valor que el cliente tiene de dicho producto, por lo tanto, aunque el producto es el mismo, podrías incluso, dar diferentes posicionamientos de marketing, para diferentes nichos de mercado, de forma que los clientes de los mismos, perciban diferentes valores diferenciadores para ese mismo producto.

Para entender esto, al final de este informe, desarrollo un estudio del caso, que te permitirá entender, como transformé un producto indiferenciado en un "producto" único en el mercado de internet y centrado en un nicho de mercado muy concreto.

Pero antes, déjame analizar los otros tres factores clave...

Factor Clave nº 2: Encontrar un nicho de mercado en internet con demanda

El segundo punto es encontrar un nicho de mercado con demanda en internet... ¡y subrayo "en internet" porque esto es básico!

De nada te sirve centrar tu negocio en un nicho de mercado concreto, es decir: en un grupo de consumidores con similares problemas que resolver o deseos que colmar, si éstos no acceden a internet o no tienes forma y manera de localizarlos en la red...

Encontrar un nicho de mercado con demanda en internet, es la forma que tienes de poder dirigir tus esfuerzos de marketing para llamar la atención, captar y finalmente, motivar a tus prospectos para que satisfagan sus deseos o resuelvan sus problemas con tus productos o tus servicios.

Ahora bien, ¿Cómo encontrar ese nicho de mercado?

Básicamente lo que tienes que hacer es analizar tres aspectos:

- (1) La demanda de información que la gente está buscando en internet para resolver ese problema o colmar ese deseo.
- (2) La oferta que existe on line de empresas, sitios web, portales y negocios que estén ofreciendo soluciones para ese prospecto
- (3) Las tendencias de esa demanda de información a lo largo del tiempo

En el primer caso, se trata de averiguar que información está buscando la gente en internet para resolver un determinado problema, de esta forma puedes localizar rápidamente, si hay un grupo de consumidores que tienen un determinado problema o que están buscando colmar un determinado deseo. En algunos casos los términos de búsqueda no son directos, pero aún con los indirectos puedes llegar a detectar que tienen un determinado problema que resolver, y que tu producto o tu servicio resuelve y por lo tanto serías capaz

de analizar si existe demanda, es decir, potenciales clientes que estarían interesados en tu producto o servicio.

El segundo aspecto a analizar es la oferta, es decir, averiguar qué, quién y dónde se encuentran las empresas y/o portales que están ofreciendo alguna solución para estos potenciales clientes.

El objetivo aquí es analizar qué ofrecen, cómo lo ofrecen, para detectar posibles deficiencias o huecos que estén dejando y que tu puedas cubrir con tu producto, con tu servicio o con tus activos de valor añadido.

Además este estudio, te permitirá detectar potenciales aliados, es decir, portales y sitios web en los que te puedes apoyar, para luego desarrollar tu capacidad de llegar más rápidamente, a esos mercados desde todos los ángulos posibles.

El tercer aspecto de este estudio, tiene que ver con el análisis de las tendencias de esas demandas de información, cuyo objetivo es detectar si esos mercados tienen una demanda ascendente, descendente o se mantiene la magnitud del nicho a lo largo del tiempo. Además podrás detectar la estacionalidad de dichas demandas de información, lo que te permitirá luego desarrollar el calendario de promoción y marketing a lo largo de los meses del año.

Aunque este estudio, a primera vista, te parezca algo complicado de hacer, te aseguro que cuando conoces el método y las herramientas correctas a utilizar y sabes como interpretar los resultados, esto es algo muy sencillo y que afortunadamente, puedes repetir en todo momento, pues para hacer todo esto no necesitas invertir un sólo céntimo, ya que todas las herramientas están disponibles en la red de forma gratuita.

Factor Clave nº 3: Establecer un correcto flujo de marketing

La mayoría de emprendedores y de empresas que conozco y que operan en internet con objetivos comerciales, no desarrollan una estrategia y táctica de marketing de forma coherente y sobre todo consistente.

La diferencia entre realizar esporádicas y salpicadas campañas de promoción, sin tener un correcto flujo de marketing establecido, hace que se pierda más del 80% del esfuerzo, lo que significa un mayor coste en tiempo y dinero para conseguir unos determinados resultados.

Establecer un correcto sistema de flujo de marketing supone multiplicar, por un factor cercano al 254%, la eficacia de las acciones comerciales.

Cuando todo el programa está bien pensado y bien armado, desde los anuncios, las páginas de aterrizaje, el marketing de seguimiento y la correcta posición de las ofertas, ni te imaginas cómo cambian las cifras de venta a las 24 horas siguientes de haber enlazado todo correctamente.

En resumen, establecer un correcto flujo de marketing es sencillo cuando se conoce como encadenar cada uno de los procesos de marketing que intervienen en la cadena de venta: desde el anuncio, hasta la forma en que se colocan los botones para comprar o el proceso de finalización de la venta.

Todo ello bien armado te permitirá después que tu marketing “de verdad” funcione de forma automatizada, dejándote tiempo libre para realizar otras actividades, pues las ventas se producen sin que tu tengas que realizar ímprobos esfuerzos para hacer que tus ingresos se mantengan e incluso crezcan mes tras mes.

Ahora déjame explicarte más claramente cómo el desarrollo de estas tres claves me han permitido competir en un mercado, posiblemente de los más competitivos en internet, haciendo que mi oferta se transforme en una propuesta única en el mercado...

Evidentemente no para todo el mundo, pero si para un grupo de personas muy definidas que constituyen un nicho de mercado muy concreto.

ESTUDIO DEL CASO: Cómo Reinventé Uno De Mis Negocios En Internet, para conseguir más de 7.700 u.s.\$ en ventas cada mes en modo automático.

Existe un mercado muy competitivo en el entorno de venta de páginas web. Un amplio y extenso mercado donde uno se encuentra con miles de competidores, todos ellos luchando por esos "clientes" que quieren tener su sitio web en internet y la mayoría de ellos con similares ofertas, cuyo valor competitivo es difícil de detectar.

Esto significa que para la mayoría de estas empresas su marketing on line, no está teniendo resultados y tienen que basar su estrategia de ventas en el contacto personal o en el marketing tradicional para conseguir algún resultado que les permita subsistir.

No obstante a lo largo de los más de 12 años, desde 1995, que llevo navegando por la red, he visto centenares de empresas y sitios web que ofrecen este servicio y que desafortunadamente para ellos, ya no están on line.

En mi caso, el primer negocio que yo mismo inicié en internet fue precisamente éste, "vender páginas web" desde una pequeña agencia de publicidad que creamos en el año 1997 en Madrid. Pero si te soy sincero, tuvieron que pasar tres años, para que se produjera la primera venta gracias a internet... ¡tres años! ¿te lo puedes creer? Y después de ese evento, que celebramos descorchando una botella de cava al grito de ¡Hey, tenemos un cliente por internet...!, no creas que las ventas se sucedieron inmediatamente, pues tuvieron que pasar más de 8 meses para que la segunda venta entrara... *¡Gracias a que teníamos otras formas de captar clientes, en especial utilizando marketing uno a uno, sino, seguramente no podría estar contándote esta historia!*

Nuestros ratios fueron mejorando a lo largo del tiempo, pero no sin un gran esfuerzo y sobre todo, desarrollando un marketing de uno a uno, altamente costoso en tiempo, dinero y esfuerzo...

Pero **todo dio la vuelta cuando decidimos “parar”**... Hacer un “stop” y replantear todo el negocio desde la esencia... Es decir, haciendo aquello que ya nos había funcionado en otros negocios cómo la venta de “información”, cursos, libros y seminarios directamente por internet, pero que para nuestro negocio inicial no habíamos hecho... Te confieso que muchas veces me he preguntado a mi mismo cómo pude tardar tanto en hacerlo... ¡Pero en fin, como se suele decir: en casa del herrero, cuchillo de palo...!

Pues bien, reinventar nuestro negocio fue la clave, para a la semana siguiente de lanzarlo, comenzar a cosechar un continuo flujo de ventas, que sigue produciéndose mes tras mes...

¿Cuáles fueron las claves? Simplemente aplicar, al poco diferenciado y muy competitivo negocio de las páginas web, las tres claves que te contaba al inicio de este informe...

- (a) Redefinir nuestro negocio para encontrar un posicionamiento diferenciado
- (b) Analizar la demanda para encontrar un nicho de mercado
- (c) Establecer el flujo de marketing correcto

Lo primero que hicimos fue estudiar el gran mercado de demanda de diseño y desarrollo de páginas web, para encontrar tres cosas: **(1)** Sí había grupos diferenciados de personas y/o empresas con problemas similares qué resolver y que pudiéramos identificar fácilmente en internet. **(2)** Estudiar concienzudamente la oferta y detectar si para estos grupos de personas se estaban dando satisfacciones y dónde había huecos y **(3)** Evaluar las tendencias del mercado, para saber si estaba en crecimiento, declive o se había estancado, con el objetivo de decidir si merecía la pena el esfuerzo...

Una vez analizado esto, lo que hicimos fue redefinir nuestro negocio desde la esencia y nos dimos cuenta del gran error que habíamos estado cometiendo todo el tiempo... Nuestro error, tal cómo explico ampliamente en uno de mis seminarios de marketing “Cómo Reinventar Tu Negocio Desde La Esencia”, fue qué en vez de centrarnos en el cliente, habíamos estado centrando todo nuestro marketing en el producto, como hacen el 99.9% de las empresas que operan en el mismo sector.

Hasta tal punto, que la esencia de nuestro negocio cambió radicalmente y pudimos "REINVENTAR" el negocio de tal forma, que simplemente un cambio de enfoque, nos permitió salir del mercado de oferta de "diseño de páginas" web y adentrarnos en un mercado diferente, posicionando nuestra propuesta con un valor único en el mercado... Y todavía sin tocar una sola variable de la política de producto. ¡Simplemente redefiniendo el negocio!...

Así decidimos que ya no volveríamos a estar en el negocio de "venta de páginas web", sino en el negocio de: "ayudar a los emprendedores a llevar una idea de negocio a internet con resultados"...

Puedes ver cómo quedó la propuesta final en:

<http://circulodemarketing.com/ir-a/negocio-inteligente>

----- oOo -----

La gran virtud de este simple "cambio de enfoque", abrió para nosotros la puerta de un mercado dónde podríamos fácilmente, gracias a nuestros activos, experiencia y valores, poder salir al mercado con una propuesta "única", "diferenciada" y "centrada en resolver el problema" de nuestro grupo de consumidores objetivo (target).

Y los resultados no se hicieron esperar... 15.000 dólares de venta en poco más de 20 días de su lanzamiento y luego, un continuo goteo de nuevas ventas directas mes tras mes, que no han bajado de los 7.000 dólares mensuales desde que "Reinventamos nuestro negocio..."

Evidentemente tuvimos que dotar al producto de una nueva configuración, pero a partir de que sabíamos dónde estábamos y hacia dónde íbamos, el resto fue muy sencillo, sabíamos qué querían nuestros potenciales clientes, cuáles eran sus problemas y simplemente lo que hicimos, es darles lo que estaban pidiendo a gritos y nadie en el mercado parecía escuchar...

¿Es qué ya no íbamos a diseñar páginas web...? NO, al contrario, una de las características de nuestro producto es la página web, el hosting y la tecnología... Pero eso constituye ahora solamente una de las partes, porque nos dimos cuenta de que nuestros clientes, nuestro target, para resolver su problema necesitaba algo más que una web, ya que ésta por sí misma sólo resolvía una parte del problema, pero no todo.

Así que lo que hicimos fue preguntarnos qué es lo que necesitaba un emprendedor (nuestro nicho de mercado) para resolver su problema y nos dimos cuenta que su problema no era tener o no tener una web, sino que su verdadero problema es: desarrollar la capacidad de hacer negocio on line y esto es a lo que teníamos que dar solución...

Una vez que sabíamos qué, el resto fue fácil, pues se trataba de configurar un servicio con aquellas herramientas, conocimientos (formación) y ayuda, para que en un plazo de tiempo determinado, las personas de nuestro nicho de mercado meta, pudieran resolver su problema y obtener los resultados con sus negocios en internet...

Desarrollamos nuestra propuesta, ajustamos los costes al máximo, preparamos el flujo de marketing correcto y la lanzamos en los lugares, donde nuestro estudio de mercado había detectado que se encontraban estos emprendedores... Como te decía antes, la respuesta no tardó en llegar y las ventas comenzaron a caer en el tiempo que el flujo de marketing estaba planificado para que se produjeran.

Aunque una vez que se encuentra ese posicionamiento correcto, las cosas son más sencillas, lo cierto y verdad es que la mayoría de los comerciantes, empresarios y emprendedores no se han "parado" a redefinir su negocio, a encontrar un nicho de mercado y finalmente, a establecer el flujo de marketing correcto, en algunos casos, por no tener muy claro cómo hacer todo este proceso y en otros, porque aún cuándo saben dónde obtener la información, no están dispuestos a realizar este esfuerzo inicial.

Pues bien, no "pararse", hacer un alto en el camino, reflexionar sobre estos puntos y hacer cada uno de los pasos para desarrollar estos tres factores decisivos, pasará factura en el futuro sin lugar a dudas, al menos, por el tiempo, dinero y esfuerzo perdido y no aprovechado, porque las ventas que hoy no realices, no se recuperan...

Ahora...

¿Cómo Puedo Ayudarte A Reinventar Tu Negocio?

Un recurso valioso para tu negocio en línea...

Aquí tienes una colección de tres seminarios que te mostrarán PASO a PASO, cómo llevar a la práctica los tres factores estratégicos que te permitirán...

- (a) Encontrar "Tu Nicho De Mercado"
- (b) "Reinventar" tu negocio en internet
- (c) Establecer un correcto Flujo de Marketing

Para poner "DEFINITIVAMENTE" tu negocio a funcionar en modo automático...

Tienes Todos Los Detalles En...

<http://circulodemarketing.com/ir-a/pack-sem-70201>



ANEXO: Otros recursos

Herramientas, aplicaciones, dominios, alojamiento

- www.HospedajeGlobal.com
- (Alojamiento profesional de sitios web)
- www.MarketingLaser.com
- (Herramientas de marketing, aplicaciones de software, cgi`s, ...)
- www.FactoriaDelImagenes.com
- (Servicio de diseño de imágenes, banners, cubiertas para tus productos electrónicos, botones, anuncios gráficos)
- www.Negocios-Inteligentes.com
- (Herramientas para el emprendedor on line)
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/hotconference>
- (Herramienta On Line, para celebrar tus propias multi-conferencias con hasta 500 usuarios simultáneos en línea. Desde allí podrás celebrar, Conferencias, Seminario, Reuniones Virtuales, Reuniones de motivación, Reuniones con empleados a larga distancia y todo a través de VOZ IP)
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/ebooks>
Herramienta sencilla y muy útil para compilar tus e-books, informes, reportes confidenciales, ... Te permite proteger tu documentación y tus info-productos, además, tienes opciones de preparar también, e-books virales personalizables por el usuario.
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/pwg>
Poderosa herramienta para OCULTAR tus enlaces de afiliado. Instalable en el alojamiento de tu sitio web. Con esta herramienta podrás aumentar un 460% las ventas de productos de terceros por afiliación, sin perder comisiones.

Libros de Marketing, Manuales y Workshops

- www.Marketing-Inteligente.com
- Manuales, guías rápidas, cursos multimedia, workshops, ..., especialmente pensados para empresas y emprendedores on line
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/wpmp-c601>
(Completa Aplicación para desarrollar tu negocio en internet – Tecnología + Diseño + Formación en marketing + Asesoramiento. Un completo paquete para garantizar tu éxito en la red)
- http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/MdOnLine_Vd
Completo Workshop, donde se te enseña PASO a PASO a crear tu propio mini-diario on line, para conseguir máxima indexación en los buscadores y cientos de visitantes cualificados a tu sitio web.
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/curso-gratis>
Curso gratuito por e-mail: Consejos Demoledores Para Iniciar Un Negocio En Internet.
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/GuiaRapida>
Manual Guía Rápida Para Escribir Cartas de Venta Demoledoras.
[Oferta especial clientes en:
<http://www.infonos.com/ecm.php?21edBtF9et3uPd>]
- <http://www.AnunciosAlVuelo.com>
Curso Interactivo que te enseñará a construir, por ti mismo, anuncios demoledores que impacten en tus prospectos.

Herramientas y Servicios de Promoción / Publicidad

- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/promocion-av>
(Anuncios Virales: La mejor forma de promocionar tu sitio web en la red, haciendo que tus anuncios se muestren en miles de páginas web en internet, clasificadas por categorías temáticas – Servicio Gratuito -)
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/4daysbuzz>
Herramienta gratuita (barra instalable en el Navegador) que te permite conseguir créditos y hacer que tu anuncio se muestre en las barras de cientos de miles de usuarios de internet.
- http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/f-ree_ad_blog
Programa donde puedes insertar tus anuncios y tus promociones (Exclusivamente para el mercado de habla inglesa)
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/Proliferador>
Recurso gratuito on line, para hacer viral la promoción de tu sitio web
- <http://www.marketing-inteligente.com/ir-a/ExplodeYourList>
Herramienta gratuita on line, para construir una lista viral de prospectos cualificados (Sólo para el mercado de habla inglesa)
- <http://www.boletinesenred.com>
Herramienta on line que te permitirá conseguir cientos de prospectos para tu lista opt-in, para tu boletín electrónico, tu newsletter o tu mini-curso por e-mail
- <http://www.boletinesdenegocios.com>
Portal donde se reúnen los principales editores de publicaciones electrónicas por e-mail, boletines y newsletter. Es el mejor sitio para indexar GRATIS tu publicación, tu boletín y conseguir suscriptores, popularidad y reconocimiento.
- <http://marketing.TopExpertos.com>
Directorio de artículos de marketing, e-marketing, marketing directo, marketing multinivel. Allí además de tener acceso a información de los principales expertos, podrás publicar tus propios artículos de marketing.
- <http://www.secretosenred.com>
Directorio de artículos sobre empresa, negocios y marketing, donde puedes publicar tus contenidos y así conseguir una mayor difusión de tu sitio web y aumentar tu prestigio como profesional.
- <http://www.topexpertos.com>
Directorio de artículos, en cientos de temas y categorías diferentes...