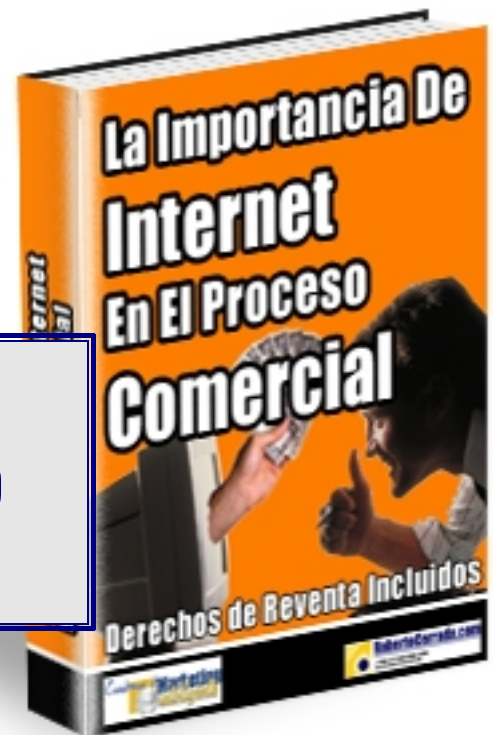


## La Importancia De Internet En El Proceso Comercial



### EDITADO POR:

Director de Infonos E-Consultores, y miembro de la Comisión Asesora en Nuevas Tecnologías de la Cámara de Comercio de Madrid y Experto del Observatorio de Comercio Electrónico COCIM - Madrid.

[www.RobertoCerrada.com](http://www.RobertoCerrada.com) y [www.marketing-inteligente.com](http://www.marketing-inteligente.com)

### DERECHOS y COPYRIGHT.

Este material está protegido por la ley internacional de derechos de autor.

La información contenida en este libro electrónico está realizada con fines EDUCATIVOS. Todo el contenido refleja opiniones, experiencias y creencias de los autores. No se garantiza en modo alguno, ningún resultado de uso de las técnicas aquí expuestas, por lo tanto, no se podrá imputar ninguna responsabilidad a los autores de esta publicación, ni al editor de la misma, por su uso.

### DISTRIBUCIÓN DE ESTE DOCUMENTO:

Este documento se le entrega CON DERECHOS DE REVENTA, es decir que lo podrá revender y quedarse con el 100% de los ingresos, sin que le podamos reclamar absolutamente ni un céntimo, a condición de que el precio no sea, nunca inferior a 14,97 u.s.\$. Podrá utilizarlo como BONO DE REGALO, por la suscripción a un boletín, o por la compra de sus productos, pero en ningún caso está usted autorizado a facilitar la descarga libre desde un sitio web.

© Roberto R. Cerrada 2005 - 2010

**E-Book Con Derechos De Reventa Incluidos**

**Precio de Reventa: 14,97 u.s.\$**

**Cuadernos De Marketing Inteligente**

**Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line**

Por cortesía de  
**[www.Marketing-Inteligente.com.com](http://www.Marketing-Inteligente.com.com)**



**"Que Te Parece Si Te Muestro 314 Formas De Llevar Toneladas De Tráfico Cualificado A Tus Páginas Web"**

**- Suscripción Gratis -**

Ahora puedes suscribirte **GRATUITAMENTE** a nuestro NEWSLETTER "Solo Promoción Web - SpW" para recibir en tu dirección de correo electrónico, Ideas Frescas Para Promocionar Tu Sitio Web, Técnicas, Trucos y Recursos, la mayoría de ellos gratuitos, que te ayudarán a lanzar tu negocio en internet.

**[www.marketing-inteligente.com](http://www.marketing-inteligente.com)**

# Cuadernos De Marketing Inteligente

Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line

## CONTENIDOS

---

<b>Por cortesía de <a href="http://www.Marketing-Inteligente.com.com">www.Marketing-Inteligente.com.com</a> .....</b>	<b>2</b>
<b>CONTENIDOS.....</b>	<b>3</b>
<b>Una visión prácticca .....</b>	<b>4</b>
<b>Los Principales Errores de la Punto.com .....</b>	<b>6</b>
# ERROR Nº 1 # Tratar de vender todo a todo el mundo .....	6
# ERROR Nº 2 # Invertir millones de euros en un negocio no probado y tan generalista .....	7
# ERROR Nº 3 # Intentar salvar el barco, invirtiendo sacos de euros en masivas campañas de publicidad en línea .....	8
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS ALTAMENTE RECOMENDADOS .....</b>	<b>12</b>
<b>Sobre el autor .....</b>	<b>13</b>
<b>Recursos para ponerte en el camino del éxito .....</b>	<b>15</b>
InfonoNews: Internet & Marketing Newsletter .....	15
BoletinesdeNegocios.com .....	15
Boletín Estar Al Día. Protocolo y Comunicación.....	16
MANUAL PRÁCTICO .....	17
<b>Newsletter patrocinado Por cortesía de <a href="http://www.Marketing-Inteligente.com.com">www.Marketing-Inteligente.com.com</a>.....</b>	<b>18</b>

### Una visión práctica

---

**Una visión práctica de cómo internet favorece la comunicación entre compradores y vendedores, en un entorno con nuevas reglas de juego**

**No es ninguna novedad que internet está invadiendo una gran cantidad de aspectos de nuestra vida, aspectos que se relacionan con procesos educativos, sociales y por su puesto comerciales.**

Y aunque el nacimiento de esta forma de interrelación no parte de unas motivaciones comerciales, sino educativas, que rápidamente evolucionan hacia los aspectos sociales, el crecimiento de los aspectos relacionados con el tema comercial, se desarrolla con imparable fuerza a lo largo de las redes que componen la internet que conocemos en estos albores del siglo veintiuno.

Esta nueva tecnología, que ha cambiado las formas de transmitir conocimientos del uno al otro confín del planeta, revolucionando desde la medicina hasta la literatura; está brindando excelentes oportunidades comerciales, para empresas y empresarios, que han sabido entender la esencia de cómo se hacen las cosas en un entorno ciber-cambiante, flexible y libre, como es internet. Y como toda oportunidad, para ser aprovechada, uno ha de que estar preparado, situado en el lugar adecuado y ser capaz abrir su mente para entender que las reglas del juego pueden haber cambiado. Mentalidad abierta para absorber un nuevo paradigma que hace que las cosas nunca sean como fueron.

## **Cuadernos De Marketing Inteligente**

### **Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line**

Hasta aquí la teoría: Pasemos ahora a la práctica

Dice el filósofo que la historia nos ha de servir para aprender y quien no la conozca está abocado a cometer los mismos errores sin remedio. Por eso, déjenme que repase poquito de la historia reciente, que nos permita reflexionar sobre como ocurrieron las cosas; desgranando los errores que llevaron a desinflar la burbuja tecnológica de finales del siglo pasado. Lo cual nos ayudará a comprender, luego, la praxis de las nuevas reglas que rigen los procesos comerciales desde internet.

La crisis de finales de los 90 que dio al traste con las emergentes empresas punto com, sumió en la desconfianza y desesperación, a los que tantas esperanzas habían puesto en este nuevo entorno comercial. Veamos ahora los errores que permitieron esta catástrofe y cuales son los **PRINCIPIOS BÁSICOS**, que permitirán enfocar éxito los procesos de comunicación comercial desde la red.

Si hacemos una visita por las hemerotecas y leemos lo que los medios de comunicación han estado hablando de los negocios en internet, veremos que según ellos hemos tenido y en muchos casos seguimos teniendo un paseo por la oscuridad. Nos dicen día a día que la red no funciona comercialmente, pero veamos unos pocos datos que contradicen estas afirmaciones. Según las estadísticas, las compras en internet, entre el año 98 y el 2000 habían crecido un 580%. Conforme a la prestigiosa Forrester, entre estos años, el mercado pasó de 7,8 billones de dólares a los 45 billones de 2000. ¿Dónde está la oscuridad?

# Los Principales Errores de la Punto.com

## # ERROR Nº 1 # Tratar de vender todo a todo el mundo

Analicemos el reciente fracaso de opciona.com [www.opciona.com](http://www.opciona.com).

El periódico on line noticiasdot.com publicaba el pasado 10 de diciembre la noticia del cierre de opciona.com el market place montado por Endesa y otros accionistas, para atender las necesidades en internet de cualquier pequeña y mediana empresa. (Ver los detalles en:

<http://www.noticiasdot.com/publicaciones/2003/1203/1012/noticias101203/noticias101203-15.htm> )

El mercado de las pequeñas y medianas empresas Españolas y Latino Americanas es un jugoso mercado, pero tiene algunas dificultades para obtener beneficios. Las Pymes constituyen un mercado demasiado amplio y diversificado de demanda, para ser enfocado en una sola opción de oferta.

Satisfacer las necesidades de tan diferentes grupos de clientes, como sectores y tamaños de empresas se encuentran en este mercado, es una labor de magia, más que de ciencia. Ya que las necesidades son muy diferentes entre unos grupos de PYMES y otras, se hace verdaderamente difícil capturar la atención y la voluntad de todos ellos sobre las mismas motivaciones.

Hoy en día las necesidades de los consumidores, sean empresas o particulares, cada vez se diferencian más unas de otras. Recuerdo que hace veinte años, uno iba a un supermercado y en el lineal de bebidas refrescantes solo había una docena de productos diferentes. Hoy por hoy, he llegado a contar más de 300 tipos y formatos de

bebidas refrescantes diferentes. ¿Por qué? Porque cada vez los deseos y necesidades se hacen más individuales, desagregándose de la gran masa y constituyéndose como conjuntos de consumidores más reducidos, son los llamados nichos de mercado.

En internet este punto es todavía más crítico, gracias a la facilidad de localizar ofertas comerciales en todo el mundo a tan solo un golpe de “ratón”, el consumidor se vuelve más exigente y sofisticado a la hora de elegir lo que necesita y como lo necesita. En este sentido la comunicación, el enfoque creativo y los textos motivadores, juegan un papel esencial que determinará la diferencia entre el éxito y el fracaso de una oferta comercial. Es lo que se llama estrategia “láser”, es decir enfocar la luz en diminutos puntos, para concentrar mejor que los competidores, la atención y motivación de estos pequeños grupos de consumidores.

---

### **# ERROR Nº 2 # Invertir millones de euros en un negocio no probado y tan generalista**

---

Crear una marca nacional e incluso internacional requiere tener “una enorme bolsa” y un montón de paciencia, además de unos inversores con estómagos a prueba de bombas. Muchos de ellos presionados por las necesidades de recuperar el capital invertido, se han visto frustrados cuando año tras año la empresa pierde dinero a espuestas. Y además no se ve la luz en un futuro cercano. La presión de los accionistas y de las cotizaciones en la bolsa, hacen que estos terminen cansándose de arrimar euros al proyecto.

Un proyecto concebido para atacar un mercado tan amplio requiere de mucha infraestructura y recursos. Y aun así es difícil de conseguir al menos a corto o medio plazo. Si los inversores se cansan y se desaniman, dejando de aportar el capital, no hay forma de mantener un “elefante” tan pesado. Al final despidos en masa, cierres y lo más

importante, la incapacidad de corregir un modelo de negocio, que una tras otra punto.com, han demostrado ineficaz y ruinoso ... Aunque a algunos se le ocurran geniales ideas como la que se desarrolla en el siguiente error para el análisis.

---

### **# ERROR Nº 3 # Intentar salvar el barco, invirtiendo sacos de euros en masivas campañas de publicidad en línea**

---

Lo siento pero la sencilla y cruda verdad es que los banners ya no son un instrumento ni eficaz ni rentable de promoción. En los últimos tiempos han pasado de tener ratios que miden la relación entre exposición del banner y la acción de pulsar sobre él, pasando del 5 o 10% de los primeros tiempos, a unos miserables 0,6 a 0,8%.

Desafortunadamente muchas de las empresas que hoy están en internet, siguen apostando por improductivas campañas basadas en la exposición de banners.

Personalmente vengo testando los banners y he visto como paulatinamente los ratios de efectividad han ido descendiendo hasta estas cuotas tan ridículas.

¿Por qué sucede esto? Las personas se inmunizan a todo y lo mismo que sucede en otras cuestiones de la vida, los cibernautas se han inmunizado a los banners, que ya consideran un elemento de los sitios web, mas decorativo que otra cosa.

Hace muy poco preguntaba a un amigo, como le había ido la campaña de banners que había estado realizando a través de una conocida empresa de programas de promoción de banners, y me comentaba que había tenido más de un millón de impresiones del banner e incluso más de 1000 clics y tan solo una venta.

## **Cuadernos De Marketing Inteligente**

### **Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line**

Internet está cambiando las reglas del juego también en la comunicación, en la publicidad, en la forma de enfocar y desarrollar las campañas, los conceptos creativos y hasta los tipos y formatos de anuncios.

Al contrario de lo que sucede en el mundo tradicional de la comunicación, en internet se “lee” más que se “observa”. El consumidor de la red, se ha acostumbrado buscar información por medio de texto, ya que en un primer momento, las infraestructuras y velocidad de transmisión de datos eran tan lentas, que se hacía difícil comunicar por medio de la imagen, siendo un elemento, que no comienza a aparecer en la red de forma masiva, hasta principios de este siglo. Esto favoreció a los anuncios de texto, frente a las gráficos.

Pero la practica también nos demuestra que los anuncios de texto, están funcionando mejor que los anuncios gráficos (banners). Y así por ejemplo, anuncios contextuales colocados en buscadores como google o yahoo, mantienen unos ratios cercanos al 4 y 5% frente al 0,6% que están dando los banner.

Gracias a la tecnología inteligente desarrollada por estos soportes publicitarios, a los planificadores de las campañas publicitarias además, les permite afinar en grado sumo la exposición del anuncio, únicamente hacia aquellos consumidores que forman parte de su propio “target” de mercado. Teniendo en cuenta que las nuevas modalidades de inversión publicitaria en el formato de “pago por resultados”, solo penalizan resultados efectivos de visita a nuestra oferta, esto hace que la eficacia publicitaria se eleve a unos grados, como jamás Clude Hopkins habría soñado, cuando en 1923 escribió su famoso libro “Publicidad Científica” ([www.infonos.com/pac](http://www.infonos.com/pac))

## **Cuadernos De Marketing Inteligente**

**Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line**

Para finalizar con estas reflexiones, no quiero terminar sin hablar de algo que está cogiendo fuerza, sobre todo en aquellos mercados donde la velocidad de conexión, la banda ancha, se está haciendo más popular: Me refiero a la exposición publicitaria utilizando recursos de audio en internet.

Sobre todo en los Estados Unidos, este tipo de formato publicitario se está desarrollando con gran celeridad y ya son muchos los sitios web que incorporan pequeños mensajes, más en el formato de locución explicativa, donde el autor de un libro que se está promocionando nos habla de sus contenidos, o un prescriptor nos ofrece testimonio del uso de un determinado producto, que el audio realizado en el formato tradicional al que estamos acostumbrados en las cuñas de radio.

Aquí también las reglas que rigen la creatividad difieren de los formatos tradicionales.

Finalmente comentar que la utilización de elementos multimedia en la red, capitaneados por la tecnología flash, también pueden ser útiles a la hora de promover un determinado producto o servicio, siempre y cuando estos se utilicen de forma inteligente y entendiendo como funcionan los consumidores en la red. En la parte positiva que aporta esta tecnología, comentar que será útil, siempre que aporte valor al receptor del mensaje y por tanto contribuya a mejorar la percepción y el conocimiento de un determinado producto o servicio que sea promovido desde la red. Por ello ante todo deberá tener contenidos explicativos, ya sean en imagen, en locución o en la combinación de ambas. Así y solamente así, esta tecnología, al menos hoy por hoy, será efectiva desde el punto de vista de la comunicación motivante.

## **Cuadernos De Marketing Inteligente**

### **Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line**

Hay que tener en cuenta que aunque la creación multimedia para internet se sigue rigiendo por el principio universal AIDA (Atención, Interés, Deseo, Acción), se diferenciará de la creación audiovisual tradicional para Televisión o Cine, en el sentido que no necesita utilizar tanto el componente de “llamar la atención”, ya que el ciberconsumidor ha decidido aceptar esa comunicación, que no le viene impuesta como se da en el caso de la televisión. Por lo tanto podrá utilizar mucho más el tiempo de exposición en el desarrollo de argumentos y en la exposición motivadora de los beneficios.

Para finalizar únicamente destacar algo muy importante a tener en cuenta a la hora de trabajar la comunicación por internet. Mientras que en la exposición publicitaria masiva, la relación que se establece con el receptor del mensaje, está situada en un ambiente abierto y público, en internet esta relación, se vuelve mucho más íntima, al estar en un entorno privado e individual. Solos el computador y el receptor del mensaje frente a frente, donde el que toma las decisiones es el receptor.

Por ello, la creación publicitaria en los entornos web se deberá trabajar bajo la fórmula “uno a uno”, haciéndose más efectiva aquella que toma un tono más personal, más como se dice en mi tierra, de “tu a tu”. Tenga esto muy presente en su mente, cuando desarrolle el trabajo de planificación y creación publicitaria, se ahorrará muchas desilusiones.

Por Roberto R. Cerrada

Licenciado en Marketing y Master en comercio internacional. Actualmente preside el consejo de administración de Infonos e-consultores y es miembro de la Comisión Asesora en Nuevas Tecnologías de la Cámara Oficial de Comercio e Industria de Madrid.

<http://www.infonos.com>

e-mail: [rcerrada@infonos.com](mailto:rcerrada@infonos.com)

## **PRODUCTOS Y SERVICIOS ALTAMENTE RECOMENDADOS**

---

### **¡NOTICIAS, NEWS, NOVEDADES!**

Durante el mes de enero conseguimos más de 3.500 suscriptores para nuestros clientes. En febrero, llegaremos a los 4.000

**¡WARNING!: Si No Tienes Una Lista De Suscriptores Voluntarios, estás perdiendo "miles de euros" cada mes**

**¿QUÉ TE PARECERÍA CONSEGUIR 1.000  
NUEVOS SUSCRIPTORES EN MENOS DE  
15 DÍAS?**

**AHORA PUEDES TENER 1.000 NUEVOS SUSCRIPTORES EN MENOS DE 15  
DÍAS, CLIC EN EL ENLACE Y DESCÚBRELO**

**<http://boletinesdenegocios.com/1000suscriptores>**

### Sobre el autor

---

**Roberto R. Cerrada nació en Madrid en 1963 y es Licenciado en marketing, Master MBA en comercio exterior, Diplomado en Relaciones Públicas por la Cámara de Comercio de Madrid y Auditor de Calidad por AENOR.**

Desde 1985, Roberto R. Cerrada, ha desarrollado su carrera profesional en el entorno de la Pequeña y Mediana empresa a través de las áreas de marketing y gestión empresarial. Su labor profesional se ha desenvuelto en varias empresas como DAF TRUCKS N.V., CONSULTORES DE MICROFILMACIÓN, S.A., QMS CONSULTING, S.L. ó AMBERFUR ESPAÑA, S.A.

Es socio fundador de **Infonos e-consultores**, empresa especializada en la creación de tecnología para el desarrollo de negocios por internet, es presidente y director general de la misma, y también pertenece a los consejos de administración de Soluciones Eficaces, S.L., Fénix Media S.L., y Naves Industriales Frigo Alimentarias, S.A.

A lo largo de su carrera, Cerrada, ha combinado su labor profesional con la docencia como profesor de Marketing Internacional en ECADE y la Escuela Europea de Negocios de Madrid. Así mismo, ha sido colaborador habitual en diversas publicaciones de negocios y prensa especializada. También ha sido tertuliano habitual de la cadena SER y dirigió, en 1999, su propio programa de radio, "EL MURO DE CRISTAL", magazín semanal sobre economía, política y sociedad, centrado en la comarca del Este de Madrid. Durante los últimos 5 años, ha asesorado personalmente a más de un centenar de pequeñas y medianas empresas en estrategia para el posicionamiento en la red, entre las que se encuentran compañías de diversos sectores como: componentes electrónicos, laboratorios farmacéuticos, sector inmobiliario, sector metal-mecánico, empresas de servicios profesionales, ...



Edita InfonoNews: ([www.infononews.com](http://www.infononews.com)) Internet & Marketing Newsletter, una publicación electrónica de carácter quincenal dirigida a PYMES y especializada en nueva

# Cuadernos De Marketing Inteligente

Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line

economía y sociedad de la información. Es autor de La guía de internet para el comercio minorista.

Referencias en internet:

Web Personal: [www.RobertoCerrada.com](http://www.RobertoCerrada.com)

Presidente de [www.infonos.com](http://www.infonos.com)

Editor [www.infononews.com](http://www.infononews.com)

Editor [www.exitoenlared.com](http://www.exitoenlared.com)

Director [www.boletinesdenegocios.com](http://www.boletinesdenegocios.com)

Consejero: [www.solucioneseficaces.com](http://www.solucioneseficaces.com)

Consejero: [www.fenix-media.com](http://www.fenix-media.com)

Director: [www.marketing-inteligente.com](http://www.marketing-inteligente.com)



Roberto R. Cerrada

[rcerrada@infonos.com](mailto:rcerrada@infonos.com)

## Cuadernos De Marketing Inteligente

Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line

# Recursos para ponerte en el camino del éxito

### InfonoNews: Internet & Marketing Newsletter

<b>Tipo de recurso:</b>	Boletín por suscripción gratuita.
<b>TEMAS:</b>	Negocios y marketing por internet
<b>RESUMEN:</b>	Desde 1998 venimos ofreciendo a nuestros SUSCRIPTORES voluntarios, una gran selección de opiniones, artículos, técnicas, trucos y consejos, que les han ayudado a mejorar sus negocios en internet.
<b>Dirección web:</b>	<a href="http://www.infononews.com">http://www.infononews.com</a>
<b>Acceso:</b>	Voluntaria y gratuita
<b>Actualizado:</b>	Quincenalmente.
<b>Editor:</b>	Roberto R. Cerrada <a href="http://www.infonos.com">http://www.infonos.com</a>

### BoletinesdeNegocios.com

<b>Tipo de recurso:</b>	Sitio web en internet.
<b>TEMAS:</b>	Catálogo de boletines electrónicos sobre internet, marketing, negocios y nuevas tecnologías.
<b>RESUMEN:</b>	Un completo directorio donde podrás encontrar diferentes boletines electrónicos, la mayoría por suscripción gratuita y voluntaria (opt-in)
<b>Dirección web:</b>	<a href="http://www.boletinesdenegocios.com">http://www.boletinesdenegocios.com</a>
<b>Acceso:</b>	Acceso libre.
<b>Actualizado:</b>	Mensualmente.
<b>Editor:</b>	Roberto R. Cerrada <a href="http://www.infonos.com">http://www.infonos.com</a>

# Cuadernos De Marketing Inteligente

Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line


## Boletín Estar Al Día. Protocolo y Comunicación

<b>Tipo de recurso:</b>	Boletín por suscripción voluntaria y gratuita.
<b>TEMAS:</b>	Trata temas relacionados con el protocolo institucional y empresarial, imagen personal, identidad corporativa, comunicación, organización de eventos, ...
<b>RESUMEN:</b>	Desde este boletín aprenderás a cuidar tu imagen personal, identidad corporativa, a organizar eventos, presentaciones y comunicación, con un cuidado exquisito por todos los detalles ... Descúbrelo en este boletín ...
<b>Dirección web:</b>	<a href="http://www.solucionesefficaces.com">http://www.solucionesefficaces.com</a>
<b>Acceso:</b>	Acceso libre.
<b>Actualizado:</b>	Mensualmente.
<b>Editora:</b>	Lola García <a href="http://www.solucionesefficaces.com">http://www.solucionesefficaces.com</a>

# Cuadernos De Marketing Inteligente

Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line

## MANUAL PRÁCTICO

<b>Tipo de recurso:</b>	<b>El poder de los boletines de correo electrónico</b>
<b>TEMAS:</b>	Como construir un boletín electrónico y rentabilizarlo.
<b>RESUMEN:</b>	<p>Tener un boletín electrónico por suscripción voluntaria le permite establecer una presencia efectiva en la Red y no hay nada más valioso para su negocio que tener una publicación que es distribuida cumplidamente cada semana, cada quincena o cada mes.</p> <p>El modelo de negocios de un boletín electrónico difiere substancialmente del que se corresponde a un sitio Web tradicional, tal como difiere un programa de televisión de una revista por suscripción. Mientras que un sitio web -o un programa de televisión- dependen de mantener su audiencia día a día, los boletines electrónicos -al igual que una revista de suscripción- tienden a desarrollar una comunidad de suscriptores estable, homogénea y creciente. Usted no deberá esperar a que la gente lo visite en su sitio web, usted llegará a ellos cumplidamente cada semana/quincena/mes directamente a su buzón de correo electrónico. La gente se suscribe a su publicación y si usted hace un buen trabajo, estos estarán esperando la siguiente edición con expectativa.</p>
<b>Dirección web:</b>	<a href="http://www.infonos.com/como_hacer_tu_boletin">http://www.infonos.com/como_hacer_tu_boletin</a>
<b>Acceso:</b>	Adquisición de licencia.
<b>Actualizado:</b>	
<b>Editor:</b>	Álvaro Mendoza.

**InfonoNews – Internet & Marketing Tips Newsletter**

*Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line*

**Newsletter patrocinado Por cortesía de**  
**[www.Marketing-Inteligente.com.com](http://www.Marketing-Inteligente.com.com)**



**"Que Te Parece Si  
Te Muestro 314  
Formas De Llevar  
Toneladas De  
Tráfico  
Cualificado A Tus  
Páginas Web"**

**- Suscripción Gratis -**

Ahora puedes suscribirte  
**GRATUITAMENTE** a nuestro  
**NEWSLETTER "Solo Promoción  
Web - SpW"** para recibir en tu  
dirección de correo electrónico,  
Ideas Frescas Para Promocionar Tu  
Sitio Web, Técnicas, Trucos y  
Recursos, la mayoría de ellos  
gratuitos, que te ayudarán a lanzar  
tu negocio en internet.

**[www.marketing-inteligente.com](http://www.marketing-inteligente.com)**

# **InfonoNews – Internet & Marketing Tips Newsletter**

*Desde 1998 ayudándote a construir tu negocio on line*



**RobertoCerrada.com**

c/ Princesa, 73 1º C 28004 MADRID - ESPAÑA  
Tel: 04 002 000 421 Fax: 04 000 12 41