

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Los Porque del Marketing Electrónico

EDITADO POR

Daniel Brugiafredo

Director de Negocios Virtuales, una empresa dedicada a conseguirle un mejor estilo de vida a los emprendedores y profesionales

Director: www.negociosvirtuales.net

Director: www.emprendedoresvirtuales.net

DERECHOS Y COPYRIGHT

Este material esta protegido por las leyes internacionales de derecho de autor. La información contenida en este libro electrónico esta realizada con fines EDUCATIVOS. Todo el contenido refleja opiniones, experiencias y creencia del autor. No se garantiza en modo alguno , ningún resultados de uso 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 lo entrega CON DERECHO DE REVENTA, es decir que lo podrá revender y quedarse con el 100% de los ingresos, sin que le podamos reclamar absolutamente ni un centavo, a condición que el precio no sea, nunca inferior a 17 U\$. Podrá utilizarlo como BONO DE REGALO, por la suscripción a un boletín, o por la compra de un producto, pero en ningún caso esta autorizado a facilitar la descarga libre desde un sitio Web

Copyrigh Daniel Brugiafredo 2005-2010

E-Book con derecho de reventa incluido
Precio de reventa 27 U\$S

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿Qué Te Parece Si Descubrimos Juntos, Los Secretos Del Marketing Electrónico?

¿Qué tal si te ayudo, mes tras mes, a poner en marcha tu negocio virtual con éxito?

¿Qué te parecería tener en tu e-mail, nuevas ideas y consejos para que tu negocio virtual se desarrolle y sea un referente en tu industria?

Pues ahora tienes la oportunidad de CONSEGUIR todo esto y MUCHO más, **completamente GRATIS**, suscribiéndote a nuestro boletín mensual Negociosvirtuales...

Suscríbete Ahora Mismo A Nuestro Boletín y Comienza A Descubrir Los Secretos Del Marketing Electrónico...

[CLIC AQUÍ PARA SUSCRIBIRTE...](#)

Podrás darte de baja en el momento que lo desees y tus datos están a salvo, protegidos por nuestra política de privacidad.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

CONTENIDOS

CONTENIDOS	2
¿POR QUÉ ES NECESARIO UN PLAN ESTRATÉGICO?	5
1. Establecer objetivos?	5
2. Análisis de adecuación de la empresa y posibilidades de éxito.....	5
3. Definición del público objeto seleccionado	5
4. Posicionamiento a alcanzar	6
5. Productos y servicios	6
6. Herramientas a utilizar.....	7
7. Contenido a ofrecer con cada herramienta	7
8. Requisitos técnicos	7
9. Plan de Marketing.....	8
10. Recursos necesarios	9
11. Calendario estimado de realización	10
12. Presupuesto necesario	10
Conclusión.....	10
¿POR QUÉ ES NECESARIO BUSCAR PRIMERO TU NICHOS DE MERCADO?	11
¿POR QUÉ ES NECESARIO ESTUDIAR A TU COMPETENCIA?.....	13
¿POR QUÉ ES NECESARIO ESTUDIAR A TU PÚBLICO OBJETO?	14
¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER UN PRODUCTO A MEDIDA DE TU MERCADO NATURAL?	16
¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER UNA PROPUESTA ÚNICA DE VENTA?	19
¿POR QUÉ ES NECESARIO LAS CARTAS DE VENTAS?	20
¿POR QUÉ ES NECESARIO DESARROLLAR UNA WEB ORIENTADA A LAS VENTAS?	23
¿POR QUÉ ES NECESARIO LLEGAR A TU MERCADO NATURAL?.....	25

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER ALIANZAS ESTRATÉGICAS?.....	27
¿POR QUÉ ES NECESARIO CONSTRUIR LISTAS?.....	28
¿POR QUÉ ES NECESARIO DISEÑAR UN BOLETÍN ELECTRÓNICO?	29
CONCLUSIONES	31
RECURSOS	32

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿POR QUÉ ES NECESARIO UN PLAN ESTRATÉGICO?

Porque es el primer pasó para implantar con éxito un negocio en Internet. No podemos construir un negocio, aún fuera de línea, sin no colocamos en papel todos los criterios a seguir para que nuestro negocio se desarrolle y expanda correctamente.

Hay doce ítems que hay que seguir rigurosamente y estos son los siguientes:

1. Establecer objetivos?

Lo primero que tenemos que definir es que tipo de Web queremos. Por ejemplo sin queremos dar información a nuestros visitantes, si queremos reforzar nuestra imagen, si queremos utilizar nuestra Web para publicidad y marketing, si queremos vender productos y servicios directamente desde nuestra Web, o si queremos utilizar Internet para mejorar nuestro servicio posventa de nuestros actuales clientes.

Una vez resuelto este dilema pasamos al siguiente paso.

2. Análisis de adecuación de la empresa y posibilidades de éxito

Este punto indudablemente esta orientado a la pequeña y mediana empresa. Si sos un emprendedor indudablemente lo tienes que obviar.

No todas las empresas están capacitadas para el cambio, y por lo tanto a que estudiar dicha capacitación. Tenemos que evaluar si en la empresa hay predisposición al cambio, si hay experiencia a la innovación, conocimiento de Internet, apoyo de la empresa al proyecto, etc.

3. Definición del público objeto seleccionado

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Esto es fundamental para el éxito posterior del proyecto Web. Yo diría que es uno de los aspectos que mas dedicación hay que darle. Internet es un mercado de nicho y por lo tanto definir cual va a ser el nicho de nuestro negocio virtual es fundamental. Por lo tanto hay que definir, perfectamente, las características de nuestro público objeto.

4. Posicionamiento a alcanzar

Se entiende por "posicionamiento" la imagen que queremos dar ante nuestro público-objetivo, cómo queremos que nos vean y nos identifiquen, con qué concepto queremos que nos asocien.

Aunque el concepto de posicionamiento está íntimamente vinculado con el de creación de marca, va un poco más lejos, por cuanto no se trata exclusivamente de popularizar una marca sino de asociar una web, una empresa o un producto con un determinado concepto, de tal forma que siempre que los clientes piensen en ese concepto nuestro nombre acuda a su cabeza.

A efectos de posicionamiento es muy importante tener claro un concepto y utilizar inteligentemente dos herramientas básicas. El concepto es que una vez definido el posicionamiento que pretendemos, todas nuestras acciones tienen que ir siempre orientadas en esa dirección. Y las dos herramientas son: El nombre de la Web y el eslogan.

Cuando definamos el posicionamiento no debemos olvidar analizar el que ya tiene nuestra competencia para establecer una propuesta diferente.

5. Productos y servicios

Una vez conocido que desean nuestros futuros clientes definimos nuestros productos y servicios. Si ya tenemos

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

productos y servicios tenemos que adecuarlos a nuestro público objeto, dándole valor agregado a los mismos.

6. Herramientas a utilizar

El sitio Web no es la única herramienta que se utiliza en Internet. Hay muchas y por lo tanto tenemos que definir con cual de ellas vamos a trabajar. Citare algunas como ejemplo: Por supuesto la Web, e-mail, boletines electrónicos como los que Uds. están suscriptos, foros de discusión, autorespondedores. Por supuesto que hay muchos más.

7. Contenido a ofrecer con cada herramienta

Las herramientas a utilizar tienes que estar interrelacionada para realizar un trabajo conjunto. No tiene sentido acumular herramientas sin un trabajo coordinado de las mismas ya que no producirán ningún efecto.

Cada herramienta elegida desempeñará un rol importante en la estrategia comercial. Por lo tanto hay que definir los contenidos de una manera rigurosa para que el fin sea cumplido.

Parece redundante pero la Web tiene que tener contenidos afines al público objeto elegido. Lo mismo sucede con el boletín electrónico. Si no cumple con esa premisa no se leerá y terminara en la papelera.

8. Requisitos técnicos

Una vez que tenemos definido el nicho de mercado, los productos o servicios que vamos a vender, las herramientas que vamos a utilizar, y los contenidos que vamos a ofrecer en nuestras herramientas Tenemos que definir los aspectos técnicos.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿Hacemos nosotros las Web, o se la encargamos a un desarrollador?

¿Qué pasarela de pago vamos a elegir?

¿Quién y como vamos a distribuir nuestro boletín electrónico?

Tenemos que tener en cuenta que nuestro negocio virtual tiene que funcionar en piloto automático. O sea hay que automatizar todo lo más que se pueda, esto es fundamental para que la tienda virtual funcione las 24 horas del día de la misma manera. Esto se consigue utilizando los autorrespondedores.

Cuando tengamos todos estos requisitos definidos, pasamos al siguiente paso. El mismo es la elección del servicio de hospedaje de nuestro negocio virtual. Por supuesto que se tiene que adaptar en forma precisa a nuestros requerimientos técnicos. No cave duda que es mucho mejor elegir un servicio en español porque no vamos a tener problemas con el idioma. Pero desde ya puede ser de cualquier país. Lo único que se tiene que medir es que cumplan con nuestro requerimiento técnico.

9. Plan de Marketing

Bueno aquí comienza el trabajo para dar a conocer nuestro negocio virtual. Podemos dividir el mismo en dos. Primero, un plan de lanzamiento de nuestra Web y segundo, un plan de mercadeo permanente.

Aquí también hay que coordinar esfuerzos comunes de distintas estrategias. Para vender en Internet el procedimiento es el siguiente. Hay que producir tráfico calificado a la Web. Se entiende por tráfico calificado el envío de visitantes pertenecientes al nicho de mercado elegido. Ha ese tráfico calificado hay que transformarlo de alguna manera en prospecto. Los prospectos tenemos que fidelizarlos para después transformarlos en clientes. Los clientes nuevos tenemos que transformarlos en clientes para toda la vida. Y por último los

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

clientes para toda la vida, en personas que recomienden a otros, nuestros productos y servicios.

Para conseguir eso hay que utilizar distintas estrategias, dependiendo de la fase en que nos encontramos.

Algunas de estas estrategias son:

- Posicionamiento en los buscadores.
- Programas de afiliados.
- Utilización correcta del boletín electrónico.
- Alianzas estratégicas.
- Una adecuada comunicación con nuestros prospectos.
- Adecuadas cartas de ventas
- Etc.

El plan de lanzamiento no es nada más que la utilización de un determinado número de estrategias para producir primordialmente la creación de marca. O sea que cuando se nombre un determinado tema, afín con nuestra actividad, el visitante lo relacione con nuestro negocio virtual. Por supuesto que dicho plan tendrá que ser testado a corto plazo, para ver si ha funcionado de la manera esperada.

El plan permanente no es otra cosa que, después del testeo, ajustar el plan de lanzamiento para ir corrigiendo los errores que se haya producido. Además ir incorporando las estrategias restantes para que podamos transformar esas visitas en admiradores de nuestra labor y por lo tanto clientes que recomiendan nuestros productos y servicios.

10. Recursos necesarios

Ahora tenemos que definir los recursos que necesitamos para poner en marcha el proyecto Web que estamos desarrollando.

Lo primero que definimos, en el caso de una pyme, quien o quienes se van a encargar del proyecto.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Por su puesto que si el proyecto esta siendo desarrollado por un emprendedor el mismo se va a encargar de realizar todas las actividades. Puede ser ayudado por alguien que tenga conocimientos de mercadeo electrónico.

También tenemos que tener en cuenta los recursos técnicos, como ser el hardware, software, dispositivo de comunicación, etc.

11.Calendario estimado de realización

Tenemos que desarrollar un plan con las estimaciones de cada tarea, teniendo principal cuidado las actividades que necesariamente tiene que terminar antes de comenzar otra. Esto nos dará una idea de cuanto tiempo durara el desarrollo del plan.

12.Presupuesto necesario

A esta altura del desarrollo del plan estratégico sabemos prácticamente con exactitud el costo del proyecto. Entonces nos queda por decidir la transferencia de recursos al mismo. Aquí sabremos con exactitud si es factible económicamente y si se puede poner en marcha.

Conclusión

Si estás pensando en abordar un proyecto para crear un negocio en Internet te recomiendo encarecidamente que antes de empezar a trabajar confecciones un Plan Estratégico. Por supuesto, hacerlo te llevará tiempo y te costará dinero, especialmente si no tienes experiencia y tienes que contratar a un consultor externo para que te ayude. Pero puedes creerme si te digo que el tiempo y el dinero que inviertes en él te lo ahorrarás con creces cuando lo desarrolles, porque sabrás exactamente lo que hay que hacer, cómo hacerlo, quién debe

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

realizarlo, cuándo tendrá que hacerse y cuánto costará, lo que te ahorrará tiempo y te evitará equivocaciones.

Y recuerda: Hacer un Plan Estratégico no te garantiza el éxito del proyecto, pero no hacerlo prácticamente te garantiza el fracaso.

¿POR QUÉ ES NECESARIO BUSCAR PRIMERO TU NICHOS DE MERCADO?

Internet, como muchos no saben, no es un mercado de masas. Internet es un mercado de nicho, o sea que no puedes pretender venderles a todo el mundo, porque terminaras no vendiéndole a nadie. Lo primero que tienes que hacer es elegir tu porción del mercado.

Por ejemplo: yo soy un criador, de muchos años, de perros Pastores Ingleses. Deseo incursionar en la red. ¿Qué hago? Muy sencillo, primero busco si existe un mercado en el cual esta raza de perros sea la protagonista. Descubro con asombro que si, hay una buena cantidad de personas que colocan en buscadores palabras relacionadas con perros Pastores Ingleses. Por supuesto que no son millones. Para hacer rentable un negocio en Internet no necesitas millones de personas. Solamente tienes que tener una buena cantidad de ellas que estén interesados en algo, en este caso de los Perros Pastores Ingleses. ¿Como llegamos al producto? Bueno todavía falta un poco y eso será tema de otro artículo.

Como te dije no tenemos todavía ni producto ni un servicio, solamente tenemos una idea. Es lógico que hay que subir a la red ideas relacionadas a nuestra actual trabajo, por supuesto si ellas son rentables. Es mas, puedes seguir trabajando en lo que hacías hasta el momento y adosarle esta nueva actividad.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Con respecto a ideas rentables. Casi todas, yo diría todas, las ideas son rentables. Lo que cambia es la manera en que se hace las cosas.

Puedes tener una idea brillante, un mercado increíble, pero un fracaso rotundo. ¿A que se debe esto? A que hacemos mal el trabajo.

Vayamos a contestar la pregunta del título ¿Por qué tenemos que buscar primero un nicho de mercado? El ejemplo de los perros nos ayudará. Hago un libro electrónico en el cual vuelco toda mi experiencia en el. El libro desde el punto de vista técnico es una maravilla. Hago mi Web y empiezo a promocionarlo en todos los boletines que se me crucen, pongo banners en miles de Sitios, tengo un plan de afiliación de cien mil afiliados. Estoy llegando a millones de personas. Tengo que hacer seguramente miles de ventas. Para sorpresa mía vendo algunas decenas de libros. La frustración aparece rápidamente. Y también aparece la pregunta lógica. ¿Qué paso? Y la respuesta es: tengo que elegir el mercado a donde quiero realizar mis ventas.

Que sentido tiene ofrecer un producto, tan específico como es este, a personas que no tienen ningún interés en perros de razas? ¿Que sentido tiene ofrecer un producto, tan específico como es este, a desarrolladores de Web, a programadores de soluciones informática, etc.? ¿Vos hubieses comprado un manual de este tipo cuando te suscribiste a este boletín? Las personas se movilizan y compran si desean lo que le estas ofreciendo. Por lo tanto tienes que empezar con una idea, luego verificar si tu idea es rentable. Y después marchar al desarrollo de tu producto. Si no lo haces de esta manera te puedo asegurar que no vas a tener éxito en tu emprendimiento.

La segmentación la tienes que hacer constantemente. A medida que tus listas se agrandan tienes que segmentarlas para ir agrupando en las mismas los prospectos que tienes intereses comunes. Esto te permitirá ofrecer productos o servicios prácticamente personalizados.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿POR QUÉ ES NECESARIO ESTUDIAR A TU COMPETENCIA?

¿Es necesario estudiar a mi competencia? Si es necesario. ¿Por qué? Porque te permite descubrir algunas cosas. Después de saber si la idea original, es rentable tienes que preguntarte por la competencia. Si no hay competencia puede ser un mal presagio. Pero puedes hallar mucha competencia y de esa manera se hace muy difícil poder realizar ventas. En este caso tendrás que buscar algún aspecto que todavía no ha sido explotado por tus competidores. Esta es otra manera de buscar un nicho de mercado.

¿Qué otro aspecto tienes que tener en cuenta de tus competidores? Tienes que saber si ellos están perfilados al nicho correcto. Ver que venden, para después, cuando hagas el estudio de tu público – objeto, puedas cotejar tus productos con los de ellos, y de esa manera sabrás si tus productos son competitivos o no.

Es también fundamental saber que hace tu competencia para realizar tu propuesta única de venta (PUV), para diferenciarte de ellos. Tienes que hacer una propuesta personal a tu público objeto que sea diferente de tus competidores. Vas a competir con otras Web por el mismo nicho de mercado, por lo tanto si no haces una propuesta diferente no habrá motivos para que los visitantes te compren.

Vamos a un ejemplo:

Continuando con los Pastores Ingleses, ya tengo la idea y he elegido mi público objeto, ahora me centro en estudiar a mis competidores. Se que el mercado es importante, pero todavía no se que se vende con exactitud en el. Lo voy a descubrir cuando estudie los sitios que competirán conmigo. Por lo tanto accedo a los principales, o sea a las Web mas importante. La única manera de conocer a mis competidores es ingresando a sus negocios virtuales.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿Que descubro? Primero, que la mayoría de las Web están destinada a la venta de cachorros. En algunos de estos sitios también distribuyen información y características de esta raza de perros, pero la información es muy escueta y se provee de una manera muy básica.

Hay otras Webs, que conoce un poco más esta raza y dan cursos, vía e-mail, muy limitados de cómo cuidar estos perros.

Y hay tres Web que presentan libros, de buena calidad, que muestran todos los aspectos del Pastos Ingles.

Tengo dos nichos de mercado a explotar. Por un lado los compradores de cachorros y por el otro lado enseñarle a la gente todo sobre esta raza de perros.

Es indudable que la segunda opción es más atractiva. ¿Saben por que? Por algo que vamos a tratar dentro de muy poco tiempo. Es mucho más fácil hacer una propuesta única de venta en la segunda opción, ya que la competencia es mucho menor y por lo tanto puedo diferenciarme fácilmente de mis competidores. Entonces decido que mi idea se va a concretar por esta vía. Voy, por el momento, a elegir el nicho de mercado que se relaciona con las personas que desean conocer todo sobre la raza de perros Pastores Ingleses.

Como veras el nicho de mercado lo estoy perfilando desde varios puntos de vistas. Todavía, para definirlo definitivamente, tengo que saber que piensa mi público objeto.

¿POR QUÉ ES NECESARIO ESTUDIAR A TU PUBLICO OBJETO?

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

No es necesario. Es fundamental. ¿Por qué? Vas a vender solamente lo que tu público – objeto desee comprar. Y si no sabes que quiere comprar no vas a poder hacer tus productos y servicios acorde a sus deseos, por lo tanto vas a vender muy poco.

Quiero aclarar algo, antes de continuar, las empresas que ya tiene sus productos o servicios, también tienen que hacer todo lo que hemos dicho hasta ahora. Si sus productos o servicio no son compatibles con su mercado objeto, habrá que rediseñar los mismos o agregarle valor para que sean deseados por nuestros futuros clientes. Aclaro esto, porque sino los que ya tienen un producto van a pensar que no los pueden comercializar en la red. Todos los productos y servicios se pueden comercializar en Internet, todos, por supuesto que si tienen mercado. No cave ninguna duda que si yo quiero comercializar algo que no lo voy a poder vender tengo que desecharlo. Pero si se esta vendiendo fuera de línea, sin ninguna duda se venderá en línea. Aclarado esto, continuamos.

En el mercadeo electrónico hay varias verdades, que por el momento son irrefutables. Una de ellas es que no intentes vender algo que tu nicho de mercado no desee. Si, te repito, **no intentes vender algo que tu nicho de mercado no desee**. Si alguien te dijo que tienes que vender lo que la gente necesita, no le hagas caso. Olvídate de esa afirmación. La gente no compra lo que necesita, sino lo que desea. Te doy un ejemplo claro. Seguramente en el país que habitas hay vírgenes o santos en donde año a año sus fieles peregrinan hacia su santuario. Ponte en el camino de ellos a intentar ofrecerles, gratuitamente, vehículos, para que puedan llegar mas rápido y con menos dificultad. ¿Vos crees que vas a entregar muchos? Temo no equivocarme si te dijera que no vas a realizar ninguna entrega. ¿Cuál es la razón?, es tan sencillo como que ellos no desean esos vehículos para trasladarse, lo único que quieren es llegar de la manera que lo habían planificado. Ahora en le lugar de reunión ofréceles estampas del santo o virgen que va a visitar, y cobrádselas el triple, te puedo asegurar que te vas a llenar los bolsillos

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

de dinero ¿Porqué? Porque ellos decena tener esa imagen. Creo que el ejemplo que te di es interesante para graficar que las personas adquieren lo que desean y no lo que necesitan.

Continuamos desarrollando nuestro proyecto Web sobre los Pastores Ingleses:

Bueno ahora tengo que saber, que desean conocer de los perros Pastores Ingleses mi nicho de mercado. Seguramente te estas preguntando como hacer. Tengo que descubrir adonde se reúnen, que leen, que preguntarles a ello que es lo que desean saber sobre su perro, etc.

Cuando tenga la suficiente información, comenzare a confeccionar mi libro electrónico utilizando mis conocimientos de la materia.

Es fundamental que el libro se ajuste a los deseos de mi nicho de mercado. ¿Por qué? Porque cuando uno se lo presente, el va a decir: o mira, lo que necesito para mi perro. Pero la verdad es lo que desea saber para cuidar mejor a su perro. Por lo tanto lo comprara sin basilar.

Conocer a tus prospectos también los ayudará a ellos, porque de esa manera podrán acceder a productos o servicio de calidad, y podrán saciar sus expectativas al respecto.

Si por lo tanto no se ajusta a sus deseos no producirás ninguna expectativa y por ello ninguna compra.

¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER UN PRODUCTO A MEDIDA DE TU MERCADONATURAL?

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Si tienes hecho el estudio de tu mercado natural, dicho de otra manera si tienes hecho el estudio de tu nicho de mercado, si sabes a que público objeto dirigirte, si sabe como actúa la competencia, si sabes que desean tus clientes. No tendrás ninguna dificultad en hacer el producto que necesitas para producir muchas ventas.

Ten en cuenta algo. No tienes que alejarte, cuando desarrollas tus productos, de los deseos de los clientes. Por supuesto que tienes que hacer algo de muy buena calidad. Pero observa cuidadosamente los que tus futuros clientes quieren de tu producto o servicio. Si la calidad que quieres darle pone en peligro la futura comercialización, evalúa muy bien antes de decidirte al respecto.

Para que quede claro. Si haces un producto que cubra todos los deseos de tu mercado y además le agregas calidad técnica, estas haciendo un producto que se va a vender solo. Pero por ejemplo: estas desarrollando un libro electrónico de primeros auxilios, para que las personas puedan resolver problemas sencillos en sus casas, y a este libro le incorporas información que solamente entienden los médicos. Si, le esta agregando información de calidad, pero no información que el público objeto desee y necesite, por lo tanto no estas haciendo un producto a la medida de tu público objeto. ¿Esta claro?

Tener un producto que desea tu nicho de mercado es éxito asegurado. Por lo tanto tienes que prestar mucha atención lo que venden tus futuros competidores y lo que tus futuros compradores quieren.

Yo quiero subir mi empresa a la red, ya tengo productos y no puedo crear uno a medida de mis clientes. ¿Qué hago? A no desesperarse. Si sos un empresario de una pequeña o mediana empresa y quieres subir tus productos a la red y no puedes modificarlos para hacerlos a los deseos de tus clientes. O sea si has descubierto que tu producto o servicio no posee las virtudes que tu mercado desea, es un gran avance.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Si después de estudiar tu nicho, a tu competencia y a tus potenciales clientes. Decides que tus productos o servicios no son lo suficientemente competitivos y que por lo tanto tienes que rediseñarlos.

Tienes dos opciones. Por un lado, esto se puede hacer por lo general si los productos son virtuales, modificar el producto para adaptarlo al mercado. Por el otro, presentarlos a tu público objeto de tal manera que se puedan minimizar los aspectos poco competitivos y maximizar los aspectos competitivos del producto. Además en la presentación ofrecer valor agregado. O sea rediseñar el producto o servicio sin modificarlos, solamente cambiando el envoltorio del mismo y regalando algo con el.

Siempre se puede ofrecer un producto o un servicio a la medida del público objeto que tengas. Lo importante es saber como se comporta tu nicho de mercado para saber que tienes que hacer con tus productos o servicio.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER UNA PROPUESTAS ÚNICA DE VENTA?

Ante todo. ¿Qué es una Propuesta Única de Venta (PUV)? Una propuesta única de venta es, nada mas ni nada menos, que hace una presentación diferente de nuestros productos o servicios a nuestros futuros clientes. En otras palabras diferenciarnos de nuestros competidores para que nuestra propuesta sea más atractiva.

¿Es necesario hacer un PUV? Definitivamente, si. Tienes que tener en cuenta que si ya esta desarrollado tu producto, vas a competir con otros Sitios tu nicho de mercado. Si tu propuesta no es diferente, creativa, superadora. Seguramente no habrá motivos para parar y comprar en tu Web.

Vamos a un ejemplo: Si te vas a dedicar a vender hospedaje profesional, podrás comprobar en google la cantidad de Web que venden este tipo de servicio, te puedo asegurar que si tu propuesto no es diferente a las demás tendrás muy poca posibilidad de rentabilizar tu negocio.

No cave ninguna duda que a medida que la competencia es menor, la rentabilidad es más fácil. Pero de todas maneras tienes que hacer tu PUV, para generar mejores ingresos.

Si tu propuesta única esta hecha, pero tus visitantes se van a la competencia, seguramente tienes que revisarla. ¿Cual serán los motivos por la cual no les interesa? Probablemente el problema sea que la tuya no es mejor que la de las otras Web que compiten con vos en el mismo nicho.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Tu propuesto no solamente tiene que existir, sino que también tiene que ser mejor que la de tu competencia, mas atractiva, mejor diseñada. O sea tiene que ser mejor, si lo logras, seguramente conseguirás que los visitantes de tu competencia terminen comprándote a vos.

Es inevitable tener una PUV, como es inevitable tener producto o servicio que desee tu nicho de mercado. Es inevitable hacer una carta de venta. También es inevitable tener un sistema de cobro eficaz.

Estos son cuatro elementos que van hacer que tu Web tenga un diseño adecuado para vender.

Recuerda, que diseñar una propuesto única de venta te va a diferenciar de la competencia y de esta manera podrás rentabilizar, por supuesto que si tu PUV es mejor que la del resto, tu negocio virtual tendrá ventajas competitivas.

¿POR QUÉ ES NECESARIO LAS CARTAS DE VENTAS?

¿Se te ocurriría poner un comercio de ventas de zapatos sin vendedores? Piensa que las cartas de ventas son tus vendedores en Internet. Si no tienes carta de ventas no tienes vendedores, por lo tanto va a ser muy difícil que puedas rentabilizar tu negocio virtual.

Hace un recorrido por las Web que transitas comúnmente. Y podrás ver que muchas de ellas no tienen carta de ventas para vender sus productos. Verán que muchos pretenden vender como si su Web solamente fuera una vidriera.

Son muy pocas los Sitios que tienen un producto hecho a los deseos de sus compradores, una propuesta única de venta, una carta de ventas y

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

un sistema de cobro. Todo integrado en un proceso. A la mayoría les falta una o varias parte del mismo.

Analiza esta página, www.negociosvirtuales.net/diseñador.html, con algunas de las que visitas periódicamente. En la citada verás los cuatro pasos, el producto hecho a medida, la PUV, la carta de ventas y el sistema de pago.

Te repito, la carta de ventas es tu vendedor en Internet. En ella tendrás que decir todo lo que tengas que decir para ofrecer tu producto o servicio. No importa que sea muy larga. Lo que importa es que cumpla con los requisitos que se necesitan para confeccionarla eficientemente. Piensa que si tu vendedor es malo, y no cubre las expectativas de tus compradores, no va a producir muchas ventas. ¿Que harías con un vendedor que no vende? O lo capacitas, o lo despides. Indudablemente tienes que chequear la eficiencia de tu vendedor. Si el porcentaje de ventas es bajo, o modificas tu carta de ventas o la cambias por otra más efectiva.

Pero nunca tienes que desechar la utilización de la carta de ventas como método para comercializar en la red. La única posibilidad de rentabilizar un negocio virtual es haciendo una propuesta única de venta, una carta de ventas, y diseñar un sistema de pago.

Analiza el siguiente enlace, nuevamente: www.negociosvirtuales.net/diseñador.html, compáralos, nuevamente, con algunas de las Web que conoces, que son muchas seguramente, que no tienen carta de ventas, y te pido, que me envíes tu comentario a danielb@negocisovirtuales.net

Quiero que me digas que sientes cuando ves una y otra.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Muchos dicen que la carta de ventas son largas y repetitivas. Si dicen que tus cartas son largas, no le hagas caso, esa persona no es de tu público objeto, por lo tanto no le interesa el producto o servicio que estas comercializando. Si te dicen, reiteradamente, "tu carta de ventas es repetitiva", seguramente tienes que revisarla porque puede ser que este mal diseñada y por lo tanto puede ahuyentar a compradores.

Yo tengo una relación comercial con un destacado empresario de la red, su nombre es Roberto Cerrada. El me comentaba hace un tiempo que estaba probado un producto nuevo, es importante verificar la aceptación de nuestro público por un nuevo producto. Por lo tanto hizo dos Web. Una sin carta de ventas, y otra con carta de ventas. ¿Cuál fueron los resultados? En la Web donde no había una carta de venta, y que el trabajo esta centrado en diseño gráfico y lo que se ofrecía estaba como si fuese una góndola, el 7% de los visitantes se transformaron en prospecto, es bastante aceptable que de 100 visitantes 7 se interesaron por el producto. En la otra Web, utilizando carta de ventas, el ratio de conversión fue del 46%, y en algunos momentos llego al 69%. ¿Te imaginas lo espectacular que de cada 100 personas sesenta y nueve se interesen por tu producto?

No cave ninguna duda del poder de las cartas de ventas. Las razones de tal diferencia son, por un lado te estas comunicando directamente con la persona que le interesa lo que le estas ofreciendo. Por el otro lado al haber, en la Web sin carta de ventas, mucha gráfica, el visitante se distrae mucho y no presta atención en el verdadero motivo de su visita y por lo general se va sin transformarse en nuestro prospecto o cliente.

Si te interesa el tema de cartas de ventas y quieres tratarlo con profundidad te aconsejo que visites: [carta de ventas](#)

Recuerda, que confeccionar una carta de ventas vendedora es un paso hacia delante muy importante para tu éxito en la red. Sin ella no vas a poder avanzar, eficientemente, en tu proyecto Web.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿POR QUÉ ES NECESARIO DESARROLLAR UNA WEB ORIENTADA A LAS VENTAS?

Parece obvio decir que una Web comercial necesita que su desarrollo se oriente a las ventas. Pero la mayoría de los Sitios comerciales en Internet tienden al diseño y se olvidan el aspecto comercial.

Por su puesto que hay que, como en todas las cosas, equilibrar las cargas entre el aspecto comercial y el diseño. Para mejorar la efectividad de la Web, los dos aspectos, tienen que complementarse entre sí. O sea que hay que aportar un buen diseño y una actividad comercial agresiva.

Por lo tanto, si piensas en encargar el diseño de tu Web no convoques solamente un diseñador gráfico, consulta también con un experto en marketing electrónico.

La Web se tiene que ver bien, pero acuérdate que la principal misión que tiene que cumplir es vender. El diseño no te garantiza ventas, solamente te hace tu Sitio más placentero a la vista de tus visitantes.

Hay infinidad de negocios virtuales en la red que son un desastre desde el punto de vistas de diseño y son muy exitosos desde el punto de vista comercial.

Tienes que tener cuidado en muchos detalles en el desarrollo de tu tienda virtual. Por ejemplo si le agregas muchas imágenes seguramente tu Web será muy pesada y muy lenta de cargar. Ten en cuenta que los visitantes no esperan mucho por lo tanto este es un aspecto importante.

Acuérdate del ejemplo De la prueba de Roberto Cerrada. Que demuestra que el diseño no te garantiza ventas, es más, puede que tu Web tenga

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

un diseño excelente y que pierdas visitantes por culpa de ese "excelente diseño".

Cuando empieces a diseñar y desarrollar tu tienda, recuerda los cuatro pasos que vimos. Productos que desee tu público objeto, propuesta única de ventas, carta de ventas y sistema de pagos.

Muchas Web exitosas tiene únicamente los cuatro pasos que te enuncie hasta ahora. ¿Quieres un ejemplo?, si no has entrado todavía, mira esta página "[carta de ventas](#)". Este es el ejemplo mas claro de cómo tiene que ser una tienda virtual vendedora.

Por supuesto que si tienes un supermercado es una tontería utilizar esta estrategia, porque no sería práctica y porque sería imposible trabajar.

Vamos a un ejemplo. Supongamos que sos un abogado de un estudio importante. En el trabajan muchas personas. Las especialidades del estudio son cuatro, derecho civil, derecho penal, derecho comercial y derecho internacional. Contratas a un diseñador Web para que te indique de qué manera se diseña y desarrolla este negocio virtual.

Seguramente te aconsejarán que hagas una Web en donde en la pagina principal destaquen la trayectoria del estudio y con cuatro enlaces para cada una de las especialidades. Vamos a suponer que este diseñador tiene conocimientos de marketing electrónico y diseña una buena carta de ventas para cada una de las especialidades. ¿Te preguntarás que opino yo?

Yo creo que tienes que hacer una Web para cada una de las especialidades, donde la página principal tiene como misión exclusivo la obtención de prospectos. O dicho de otra manera, que dicha misión sea solamente para capturar futuros clientes. ¿Cómo lo haría? Editando cuatro boletines electrónicos, uno para cada especialidad. Esta Web tendría otra página donde se promociona el servicio de la especialidad. Y

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

por último tendría cuatro negocios virtuales, por lógica, uno para cada especialidad. Los trabajaría en forma independiente. Como si fueran cuatro empresas diferentes.

A simple vista parece que las dos estrategias son iguales, pero no son iguales. En el primer caso tenemos una empresa que trabaja con cuatro especialidades de derecho. En el segunda tenemos cuatro empresa que se dedican a un a sola especialidad, por lo tanto yo como cliente voy a creer que el segundo caso es una empresa más dedicada a la especialidad que yo necesito.

¿POR QUÉ ES NECESARIO LLEGAR A TU MERCADO NATURAL?

Hasta este momento has realizado la mitad del trabajo, elegiste tu nicho de mercado y has diseñado y desarrollado tu tienda virtual. No puedes pensar que aquí todo termina. Yo diría que aquí comienza el trabajo del marketing electrónico.

No puedes quedarte a la espera de tu público objeto. Tiene que salir a buscarlos. Tienes que encontrarlos y dar a conocer tus productos y servicios.

¿Salir a buscarlos? Si, salir a buscarlos. Pero, seguramente, ya has hecho parte del trabajo. Cuando estudiabas a tus futuros clientes, le has pedido su dirección de correo electrónico, esos datos los has guardado en una base que ahora vas a utilizar para contactarte con ellos nuevamente para venderles tus productos o servicios.

Pero eso no basta. Vos ya sabes todo de ellos, donde se reúnen, que leen, a que boletines están suscriptos, cuales son los sitios Web que frecuentan, etc. Hace contacto con ellos de todas las maneras. Pero ojo,

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

no intentes vender nada, lo primero que tienes que hacer es que ellos se interesen por vos, por tus conocimientos en el área que has elegido. Tienes que conseguir que se suscriban a algunas de sus listas. Ofréceles artículos de calidad y algo gratuito, a cambio ellos te darán lo máspreciado, su nombre y su correo electrónico.

De ahí en adelante tu trabajo será primero fidelizarlos, después transformarlo en cliente y por último transformarlo en cliente para toda la vida.

Si no llegas a tu mercado natural no vas a vender nada aunque hayas hecho lo anterior perfectamente. Si te sientas a esperar que las visitas lleguen, y no te pones a trabajar en marketing, tu negocio virtual desaparecerá a corto plazo.

Pero ten cuidado no pretendas vender en el primera contacto. Primero, te lo repito, transfórmalo en prospecto. Cuando hayas generado suficiente confianza intenta ofrecerles tus productos.

Si intentas vender en la primera comunicación, solamente lograras que este visitante desaparezca y no vuelva nunca más. Seguramente se sentirá presionado a comprar y verá que no obtendrá nada interesante.

Esto es fundamental, como todo lo que vimos hasta este momento. Tienes que salir a buscar a tus prospectos. Recuerda que ya sabes todo sobre ellos. Algunos, seguramente, ya se comunicaron con vos. Solamente tienes que decirles que existes y que quieres tener una relación con ellos. Eso es todo lo que hay que hacer.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

¿POR QUÉ ES NECESARIO HACER ALIANZAS ESTRATÉGICAS?

Ante todo ¿Qué es una alianza estratégica? ¿Porque debo hacer una alianza estratégica? ¿Con quien debo hacerla?

Una alianza estratégica es hacer un acuerdo con otra persona para que se beneficien ambos. Esta es una postura ganar – ganar, también llamado sinergia. Uno aporta una parte del negocio y el otro la otra, y de esa manera crean en forma conjunta un negocio en el cual ambos se benefician.

Hay muchas razones para hacer una alianza con otro. Si sos nuevo en el comercio electrónico, seguramente tienes listas muy pequeñas, por lo tanto se te va hacer muy difícil vender tus productos o servicio, a pesar de que son muy buenos. Cual es la solución, una alianza estratégica. Te contactas con web que venden productos o servicios complementarios a los tuyos, pero que sus listas tengan miles de prospectos y lo invitas a que comercialicen tus productos.

Otra razón por la cual puedes hacer alianzas es cuando tienes una idea, un estudio de mercado hecho, por lo tanto sabes que desea tu público, pero no tienes las condiciones técnicas para desarrollar el producto. Puedes contactarte con la persona indicada, que soluciona tu problema. Aquí con una alianza combinan el estudio de mercado y los requisitos técnicos, que tiene cada uno de Uds.

Esta es una herramienta de mercadeo electrónico muy poderosa. Por lo general tienes un producto que desea tu público objeto, pero tus listas son muy pequeñas. Por lo tanto vas y le ofreces a alguien, que puede ser un competidor directo o un vendedor de productos complementarios, que los venda en sus listas, a cambio de una comisión.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Hacer una alianza como la que describí en el párrafo anterior, te da la posibilidad, no solamente de utilizar las listas de quien le estas proponiendo la alianza, sino también de disponer de su credibilidad y de la confianza que el les da a todos sus prospectos. Piensa que por un lado no tienes que generar confianza ya que vas a disponer la de tu aliado, o sea que desde el primer momento puedes ofrecer tu producto.

Te doy un dato que creo que te vas a dar cuenta del poder de esta estrategia. El 40% de los clientes de una Web comprar repetitivamente. Mira lo importante que es hacer una alianza semejante.

Otra razón es que, si hacer las cosas bien desde el punto de vista de la comunicación, vas a engrosar tus listas. Ya que los que compren te van a dejar, voluntariamente, su correo electrónico.

¿POR QUÉ ES NECESARIO CONSTRUIR LISTAS?

Cuando uno ingresa al mundo del comercio electrónico, a mi me paso, cree que poniendo los productos y servicios en una Web todos los visitantes van a comprar. Yo me entere después que la gente compra recién en la séptima visita o contacto.

¿Que debo hacer?, te preguntaras, precisamente construir listas de personas interesada en productos o servicios iguales a los que comercializas. Cuando conseguiste que ellos te den sus direcciones de correo empiezas a enviarles e-mail para, primero, generar confianza y después venderles tus productos. Si no lo haces de esa manera va hacer muy difícil vender algo.

El paso siguiente, a la captura de correos electrónicos, es la segmentación. Ya hemos hablado antes de esto. El perfil de tus prospectos es fundamental, por lo general vas a tener que hacer algunas

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

preguntas para conocer en que listas vas alojar a cada uno de tus prospectos.

Como ya lo hemos dicho es otras oportunidades. Si segmentas bien tus listas vas a poder ofrecer variantes de tus productos a cada uno de los perfiles, y de esa manera vas a estas haciendo productos personalizados para cada segmento.

Vuelvo a los de siempre, si tienes un producto físico que no puedes adaptar a cada perfil o segmento, lo que tienes que adecuar es tu propuesta única de venta. Y ofrecer el producto de distintas maneras dependiendo del segmento al que quieras llegar.

¿Como es esto?, haces una propuesto única de venta y carta de ventas que resalte los deseos del segmento al que quieres llegar y se la mandas por e-mail. De esa manera estas haciendo una variante de tu producto para el perfil elegido.

Te repito. Si no construyes las listas va a ser muy difícil rentabilizar tu Web. Puedes tener el mejor estudio de mercado, puedes haber diseñado tu negocio virtual de la mejor manera posible, puedes tener miles de visitas al día. Pero si no construyes tus listas, todo ese esfuerzo va a ser en vano.

¿POR QUÉ ES NECESARIO DISEÑAR UN BOLETÍN ELECTRÓNICO?

No creo que exista algo más poderoso para capturar direcciones de correo electrónico que un boletín electrónico. Es muy difícil que algo supere en este aspecto a los boletines.

¿Saben como diseñan las Web los que tienen éxito en Internet? Colocan la suscripción a su boletín electrónico en la página principal de su Web. Y

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

hacen una carta de ventas para vender su boletín, vender entre comillas ya que lo ofrecen gratis. Pero es tan importante para ellos que lo promocionan como si fuera el producto más importante de su negocio. ¿Porque harán esto? te preguntarás, esto se hace porque el boletín es una herramienta fundamental para la capturas de prospectos y por lo tanto es lo mas rentable del negocio. Todo lo que te permite generar listas son productos fundamentales para tu negocio.

El boletín tiene que cumplir con dos requisito fundamentales. Por un lado tiene que ser periódico, yo aconsejo que no tenga una frecuencia inferior a quince días y tampoco superior a treinta, lo ideal son treinta días. Por el otro lado tenemos que darle, siempre, a nuestros prospectos y clientes información de calidad y que este relacionado con la temática del perfil de nuestro público objeto.

El segundo punto es el más importante, es preferible atrasar un poco la emisión del boletín si no se tiene información de calidad para entregar. En lo posible hay que cumplir con los dos requisitos. Pero si no se tiene calidad no se tiene que enviar el boletín, no cometas el pecado de enviar información de relleno. Si tienes dividido el boletín en secciones y por alguna causa no tienes información de una sección, es preferible que esa edición elimines esa sección antes de enviar información basura.

La mala calidad de tu boletín va a hacer que no lo lean y por lo tanto los productos y servicios que ofrezcas a tus prospectos no serán visto y por lo tanto no producirás ventas con el.

Tienes que tener en cuenta que además de ser una herramienta formidable para capturar prospectos, también es una herramienta formidable para vender. Esta comprobado que el 40% de los que se transformaron en clientes por intermedio de un boletín compran una y otra vez los productos y servicios que ofrezcas. Por lo tanto, como te dije anteriormente, el boletín es una herramienta formidable para vender.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

Si tú haces una alianza estratégica comercial, con una Web complementaria a la tuya, la mejor manera de vender los productos de dicha Web es por intermedio de tus listas, principalmente la lista del boletín electrónico.

Si piensas comercializar, en serio, productos y servicios en la red te recomiendo que tengas en mente diseñar y desarrollar un boletín electrónico. Como dice Alvaro Mendoza, "los boletines electrónicos son una mina de oro", y realmente son una mina de oro. Porque te permiten engrosar tus listas y comercializar tus productos y servicios.

CONCLUSIONES


Estos son los elementos básicos que se necesitan para que tu proyecto Web tenga éxito en la red. Todos estos aspectos son fundamentales a la hora de pensar en un negocio virtual. Si tomas en serio los consejos que te he dado, vas a tener muchas posibilidades de tener, en los próximos años, una empresa sólida en Internet, que te permitirá ganar mucho dinero.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

RECURSOS

Aquí te presento algunos recursos para utilizar en tu emprendimiento


Tipo de recurso:	Solución
TEMÁTICA:	BusinessWeb MICROPRO Tu verdadera arma de venta
	BusinessWeb MICROPRO: Porque conformarse en tener un sitio Web, si podes tener una verdadera arma de venta trabajando para vos
Dirección web:	http://infonos.com/isf/scripts/t.php?ref=11&b=7

Tipo de recurso:	Libro Electrónico
TEMÁTICA:	Carta de Ventas Completo curso que te permitirá hacer cartas de ventas demoledoras.
	<u>Carta de Ventas tu vendedor automático on-line las 24 horas:</u> Descubrí una formula probada para convertir tu Web en un vendedor automático on-line las 24 horas, independientemente del producto o servicio que quieras vender.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

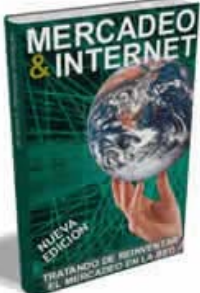
Dirección web: [Carta de Ventas](#)

Tipo de recurso:	Libro Electrónico
	El Poder de los boletines electrónicos
TEMÁTICA:	Completo curso que te permitirá conocer y explotar el poder de los boletines electrónicos por suscripción voluntaria
	<u>El poder de los boletines de correo electrónico (por suscripción voluntaria):</u> Sin lugar a duda los boletines de correo electrónico son a herramienta número uno en el mercadeo de Internet. Aprende a conceptualizar, planear, diseñar, crear, gestionar y aumentar el número de suscriptores a tu boletín de correo electrónico.
Dirección web:	El poder de los boletines

Tipo de recurso:	Libro Electrónico
	Mercadeo en Internet
TEMÁTICA:	Este libro te permitirá entender que es y como es el mundo de Internet
	<u>Mercadeo en Internet: ¿Tratando de reinventar el marketing en la red?</u> Si estas tratando de vender un producto o

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

	servicio en Internet no pierdas tiempo buscando estrategias, aprovéchalo aplicándolas.
Dirección web: Mercadeo en Internet	

Tipo de recurso:	Software
TEMÁTICA:	PopInter Software que te permite diseñar pop que no son bloqueados por los bloqueadores de POP.
	PopInter: Tu Popups nunca más serán bloqueados. Se crean en un minuto, es fácil de usar, aumenta tus ventas, tus suscriptores y esta 100% garantizado.
Dirección web: PopInter	

Tipo de recurso:	Libro Electrónico
TEMÁTICA:	Publicidad Científica Un libro electrónico que te sorprenderá por lo actualizado.
	Publicidad Científica: Descubrí un libro, escrito a principio del siglo XX, que contiene las formulas del éxito del marketing en Internet.

Los Porque del Marketing Electrónico

Copyright 2005 Todos los derechos reservados

