

eCommerce para Pymes

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

Miguel Salazar Kovaleff

msalazar@attachmedia.com

6 de setiembre de 2017

Lima, Perú



Ecommerce para Pymes

MBA. Miguel Angel Salazar Kovaleff

<http://blog.attachmedia.com>

@attachmedia

Contenido

- Mundo Pyme
- Mundo Digital
- e-commerce
- Estrategia en Marketing Digital para todos
 - Herramientas básicas
 - Analítica Digital
 - Marketing Digital
- Uniendo piezas

MUNDO PYME

¿qué es una Pyme?

Ley 28015:

“Se denomina micro y pequeña empresa a la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica bajo cualquier forma de organización o forma empresarial”

Características de las Pymes

| MICROEMPRESA | |
|-------------------------------|--|
| NÚMERO DE TRABAJADORES | De uno (1) hasta diez (10) trabajadores inclusive. |
| VENTAS ANUALES | Hasta el monto máximo de 150 Unidades Impositivas Tributarias (UIT) (*) |
| PEQUEÑA EMPRESA | |
| NÚMERO DE TRABAJADORES | De uno (1) hasta cien (100) trabajadores inclusive. |
| VENTAS ANUALES | Hasta el monto máximo de 1,700 Unidades Impositivas Tributarias (UIT)(*) |

Las mypes emplean a más del
85% de la PEA y genera más del
45% del PBI

Dificultades de ser Pyme

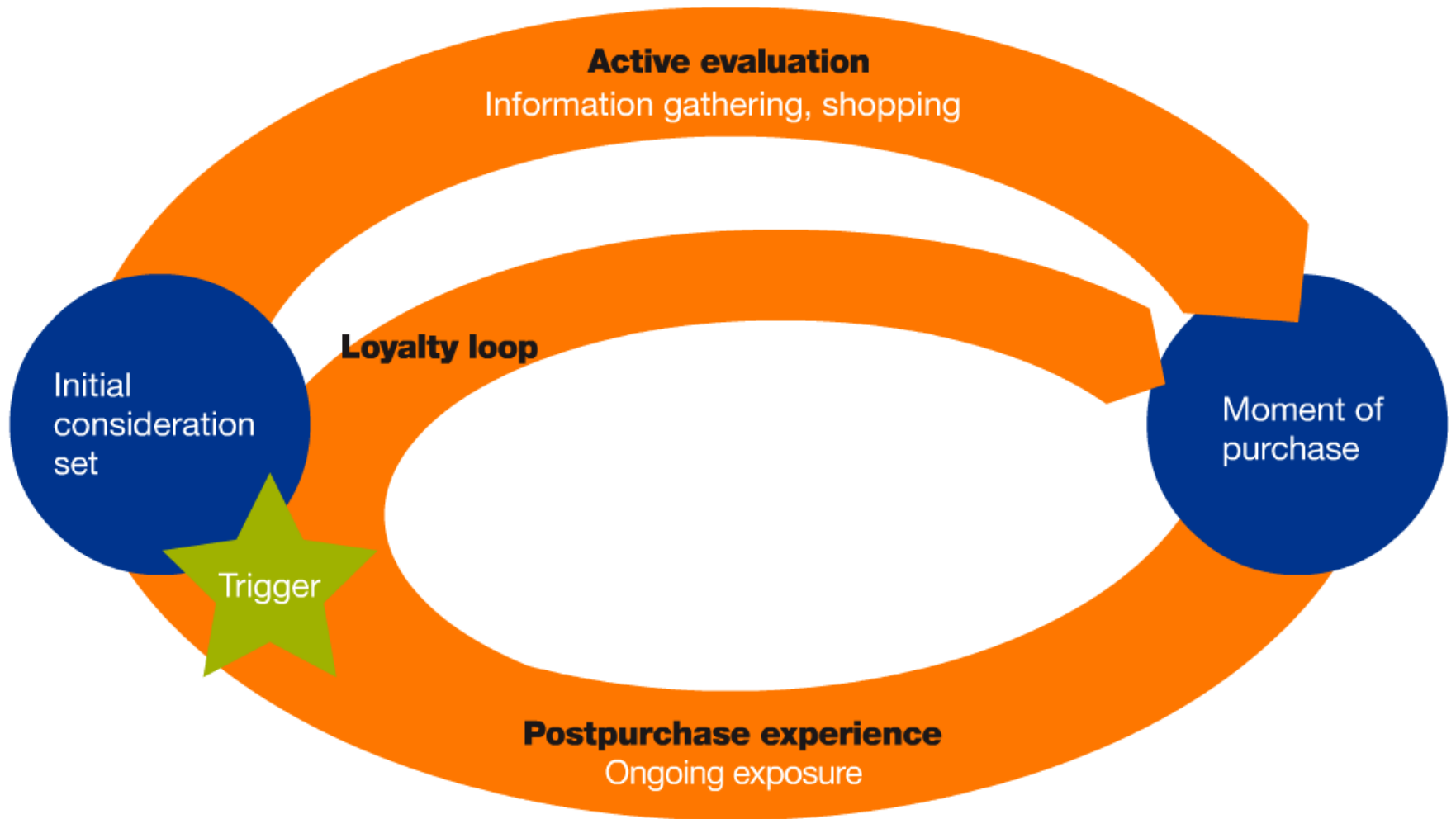
- Capital limitado
- Trabajadores Multi tasking
- No se puede contratar mucha gente en planilla
- Madurez del mercado (competencia)

Ventajas de ser Pyme

- Toma de decisiones rápida
- Más cerca del cliente
- Agilidad
- Innovación

MUNDO DIGITAL

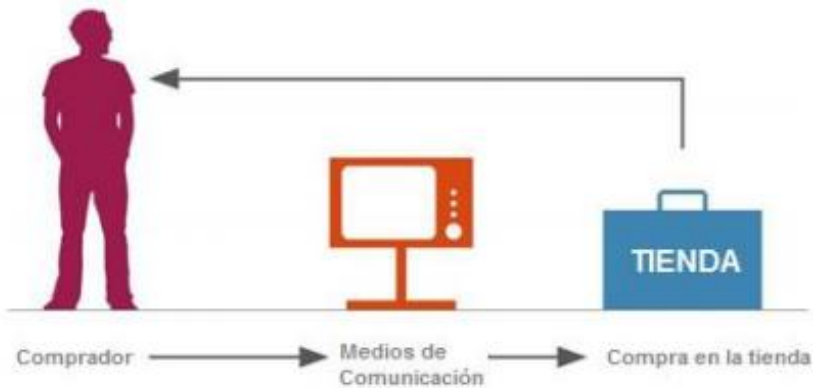
Consumer Journey según McKinsey



No es un proceso ordenado

Los usuarios de Internet interactúan con varias fuentes...

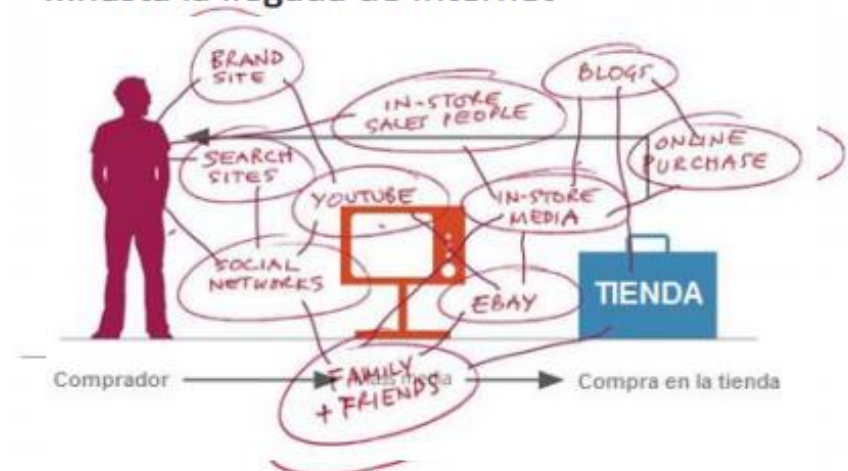
Influencian el comportamiento de compra, el cual solía ser muy simple...



Unos 120 impactos

De 3 a 6 impactos


...hasta la llegada de Internet



El proceso de compra no es lineal o pasivo. Gracias a Internet, los compradores pueden buscar información y recomendaciones de forma activa y sencilla en una amplia variedad de fuentes.

Muchas veces, buscan en Google antes



how to import from peru to usa 

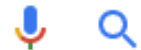
how to import from peru to usa
how to import **products** from peru to usa
how to import **clothes** from peru to usa

[Report inappropriate predictions](#)

Los usuarios tienen intención comercial



peruvian organic



peruvian organic **coffee**

peruvian organic **cotton**

peruvian organic **maca**

peruvian organic

Report inappropriate predictions

Peru Organic Food, Peru Organic Food Manufacturers and ... - Alibaba

<https://www.alibaba.com> › Country Search › Peru

Peru Organic Food, **Peru Organic Food Suppliers** and Manufacturers Directory - Source a Large Selection of Organic Food Products at canned food ,food cart ...

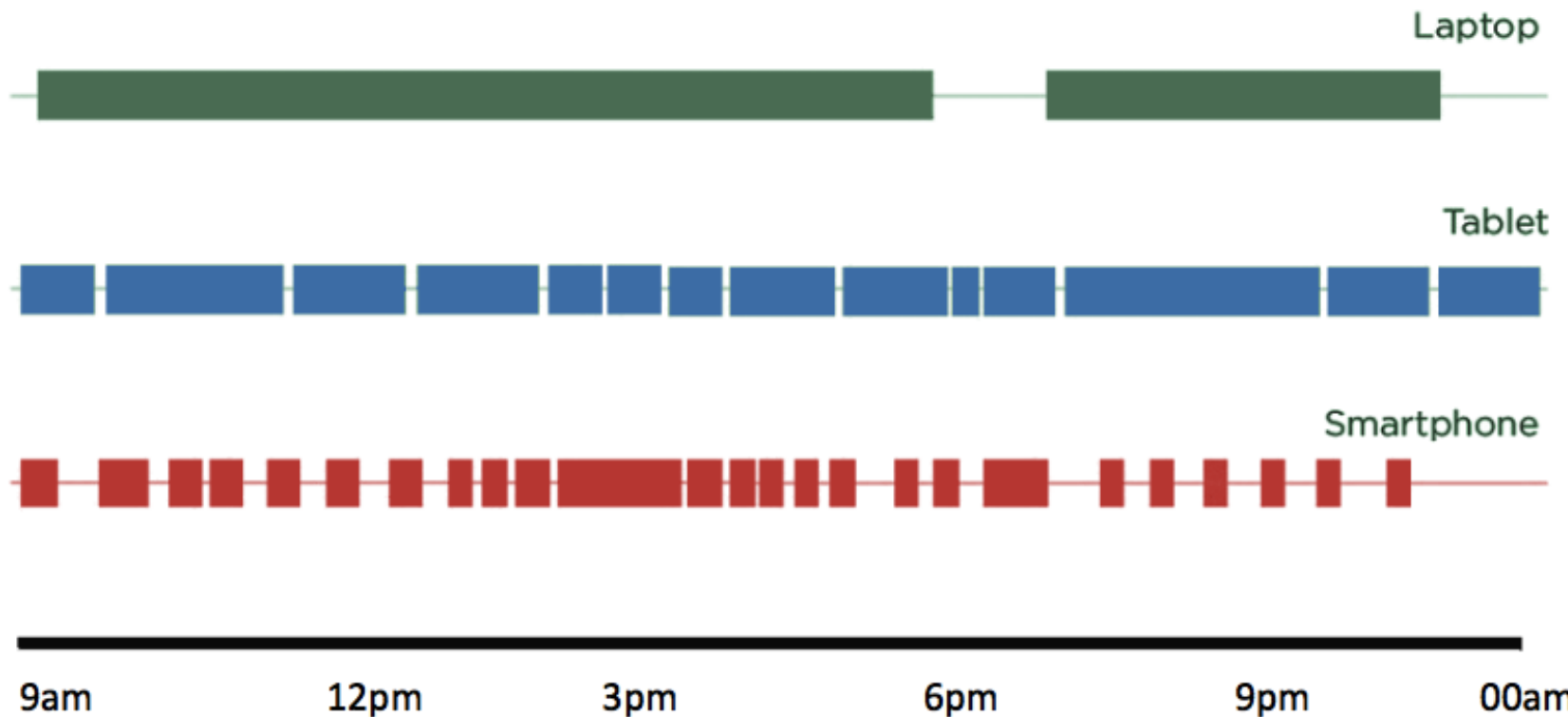
Bulk Peruvian organic quinoa, maca and cacao for wholesale

organiccrops.net/en/index.php ▼

OrganicCrops specializes in cultivation, marketing and exporting of **organic Peruvian** products such as Quinoa, Maca and Cacao.

Las personas usan múltiples dispositivos

Frecuencia de uso





96%

En casa



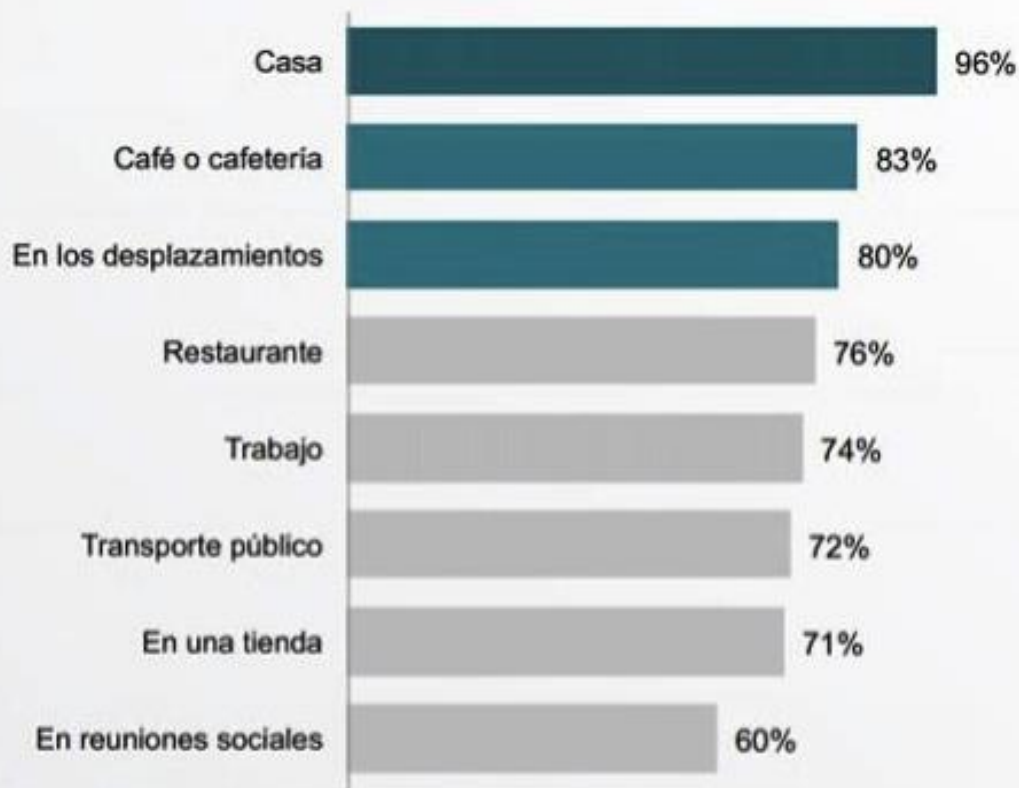
80%
En los
desplazamientos



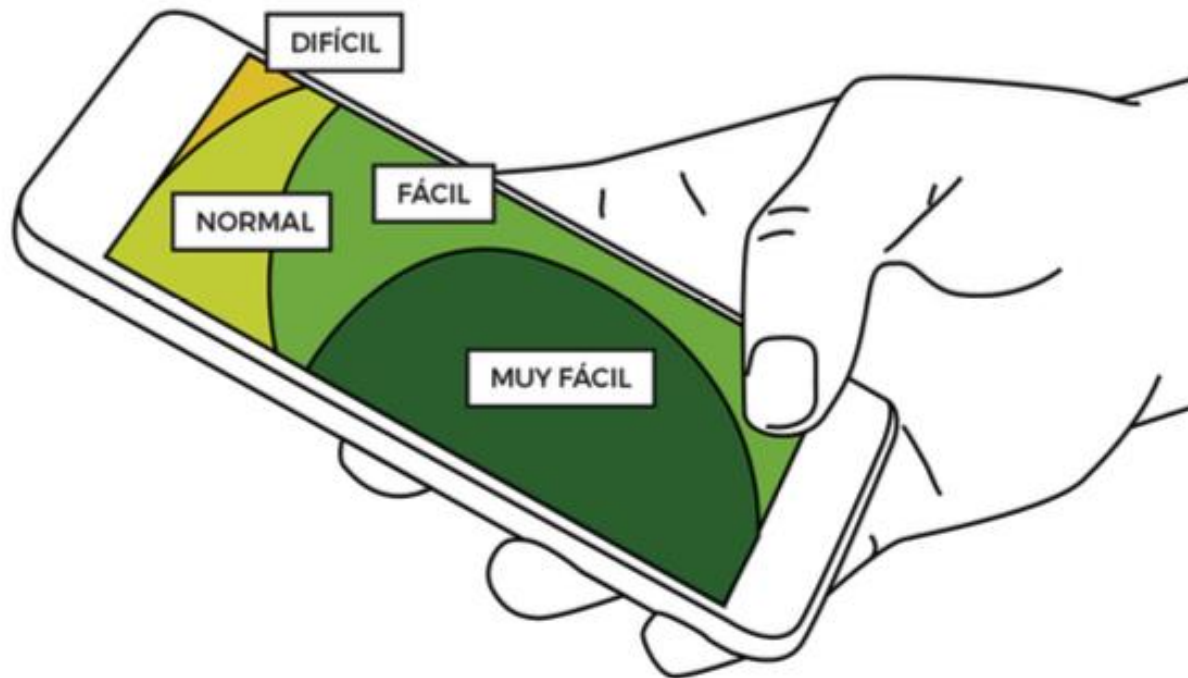
83%

En los cafés

Lugares de uso



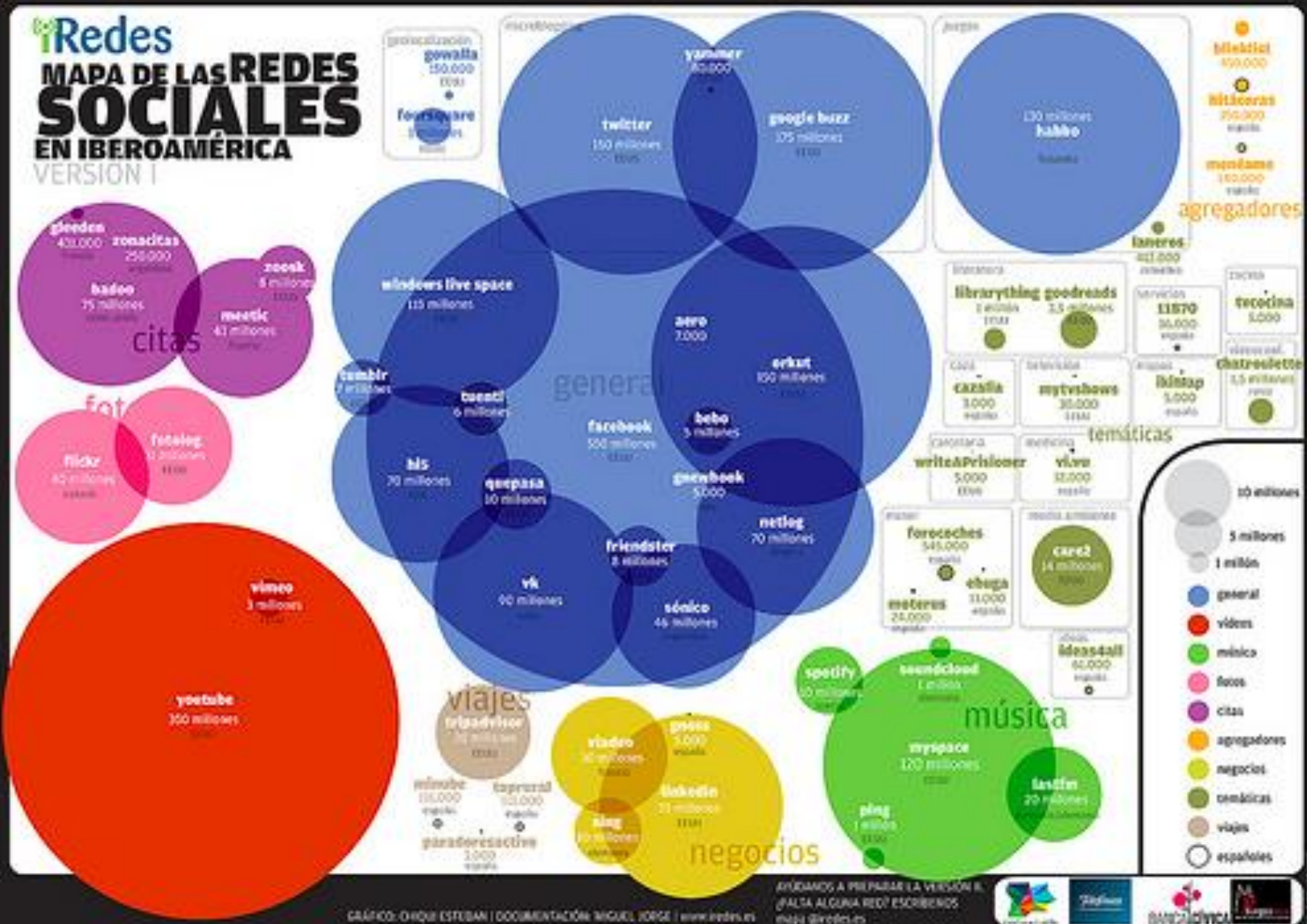
Entender la facilidad de uso del consumidor



Redes

MAPA DE LAS REDES SOCIALES EN IBEROAMÉRICA

VERSION 1



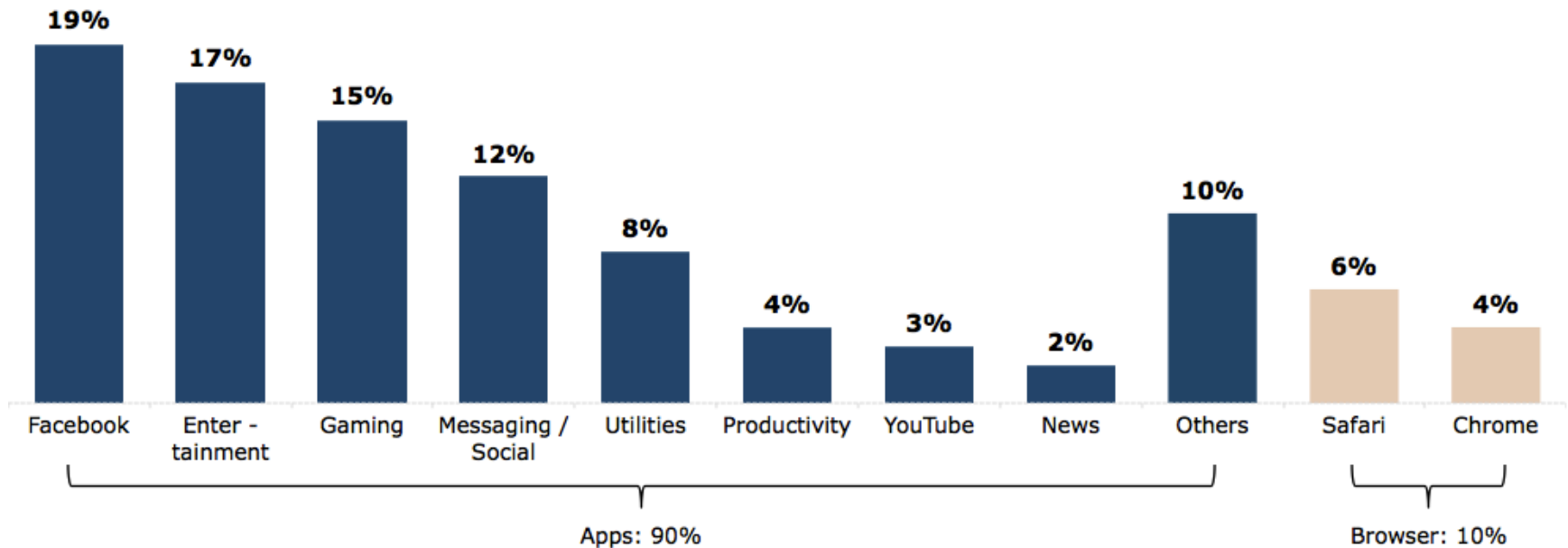
Están en apps



Breakdown of Time Spent on Mobile Devices

% share

in June 2015



ECOMMERCE

Comercio Electrónico

El **comercio electrónico**, consiste en la compra y venta de productos y/o servicios a través de medios electrónicos tales como internet y redes informáticas



Planejamento

CONVERSÕES-\$\$\$ X 100
\$\$\$

Roteiro para um bom Planejamento Digital

- Análise de Mercado
- Análise do ambiente externo e interno
- Estratégia de negócios
- Viabilidade Financeira

Pré-Projeto

- Nome e Registro
- Investimento Mínimo
- Diferencial da Ferramenta de Negócio

1-2-3
2.1
2.2
2.3

Serviços Financeiros

O financeiro do e-commerce

- Intermediadores
- Gateway
- Fraudes
- Análise de Riscos

Plataforma e Tecnologia

Infraestrutura

- SaaS
- Infra

Avaliação de Funcionalidades

Modelos Comerciais de Plataformas

- Open source
- Híbridos
- Proprietários

Plataformas

Gestão de Conteúdo

Janeiro 10
Prazo de Entrega

Produção de Conteúdo

Publicação no e-commerce

Política de Preços

Controle de Estoque

Gestão de Imagem

- Fotos
- Banner
- Logotipo
- Vídeos

Integrações

CRM e ERP

Backoffice para e-commerce

Operações e Logística

Logística Reversa

Gerenciamento de Estoque

Fluxo de Pedidos

Atendimento ao Cliente

Gestão de Fornecedores

Equipe

Gestão de Transporte e Tabela de Fretes

Embalagem, Conferência de Pedidos e Expedição

Marketing Digital

Desenvolvimento do Site

Canais Institucionais

- Sites
- Associações
- Corredores

Canais de Divulgação e Relacionamento

- Blogs
- Mídias Sociais
- Parcerias
- Afiliados
- Mídias Sociais

Canais de Venda

- Links Patrocinados
- E-mail Marketing
- AdSense Display

Interfaces no e-commerce

- Web
- Facebook
- Celulares
- Tablets

Usabilidade e Layout

Comunicação Visual

Guia de e-Commerce APADI

Considerar

- Contratación de servicios
- Contratación de plataformas tecnológicas
- Integración de nuevas habilidades y conocimientos

ESTRATEGIA DE MARKETING DIGITAL PARA TODOS



Examinar las metas
del 2017

Eligir aquellas en las
que lo digital va a
tener impacto

Estrategia en Marketing Digital

The See-Think-Do Framework

| Consideration Stage | Psychographics | Marketing Activity | Measurement |
|---------------------|---|--------------------|--|
| <u>See</u> | People who use [product] | | # or % Interactions Conversation or Amplification Indexed Increase Brand Awareness % New Visits |
| <u>Think</u> | People who use [product] who are thinking they need some | | Click Through Rate Page Depth Per Visit Goal Value % Assisted |
| <u>Do</u> | People who use [product] who are thinking they need some, and want to buy right now | | Visitor Loyalty Checkout Abandonment Rate Conversion Rate Profit (Minus Marketing Costs) |
| <u>Coddle</u> | People who have purchased more than twice | | |

Entender a los usuarios/consumidores, Framework See - Think – Do - Care

| Fase de Consideración | Definición | Acciones de usuarios |
|-----------------------|--|--|
| See | Usuarios del servicio no son tus clientes | <ul style="list-style-type: none">• Busca información general• Navega por Redes Sociales• Mira videos sin intención Comercial |
| Think | Pensando en adquirir un servicio o producto que tu también ofreces | <ul style="list-style-type: none">• Busca información comercial• Cuando ve publicidad lo relaciona• Habla con amigos• Compara precio, calidad, etc. |
| Do | Necesita un producto o servicio que tu ofreces | <ul style="list-style-type: none">• Busca para comprar con sentido de urgencia• Compra |
| Care | Tus Clientes | <ul style="list-style-type: none">• Espera novedades tuyas (o de tu competidor) |

Ejemplo Mercado Celulares

| Fase de consideración | Caso | Algunas acciones |
|-----------------------|---|--|
| See | Es un usuarios de smartphones de diversas marcas | <ul style="list-style-type: none">• Leen noticias sobre nuevos lanzamiento• Navega por Redes Sociales y se detienen a ver info de celulares• Buscan información sobre sus celulares actuales |
| Think | Su celular ya tiene un tiempo y cree que debe renovar equipo | <ul style="list-style-type: none">• Busca información de equipos similares• Busca detalles del último dispositivo de la marca• Habla con sus amigos sobre cual debe ser su siguiente compra• Compara precios y calidad de equipos en venta en el mercado• Está atento a los lanzamientos de equipo |
| Do | Se le olvidó el celular el viernes de regreso a casa en un taxi | <ul style="list-style-type: none">• Busca para comprar de inmediato un nuevo celular al mejor precio posible y de entrega más inmediata . Lo necesita ya! |
| Care | Un cliente que se acaba de comprar un celular | <ul style="list-style-type: none">• Busca info para sacarle provecho a su celular• Se malogró el dispositivo y necesita reparación• Su celular ya no funciona correctamente |

THE INBOUND/OUTBOUND MARKETING PROCESS



Research >

Analysis >

Planning >

Strategy >

Branding >



Inbound Marketing

SEO, Content,
Blogging, Social Media



Outbound Marketing

Advertising, PR,
Events, Direct,
Sales Support



Lead Generation

Offers, Registration
Pages, Promotion,
CRM/Automation



Measurement/Reporting

Analytics, Metrics,
Dashboards,
Activity Calender

Inbound Marketing

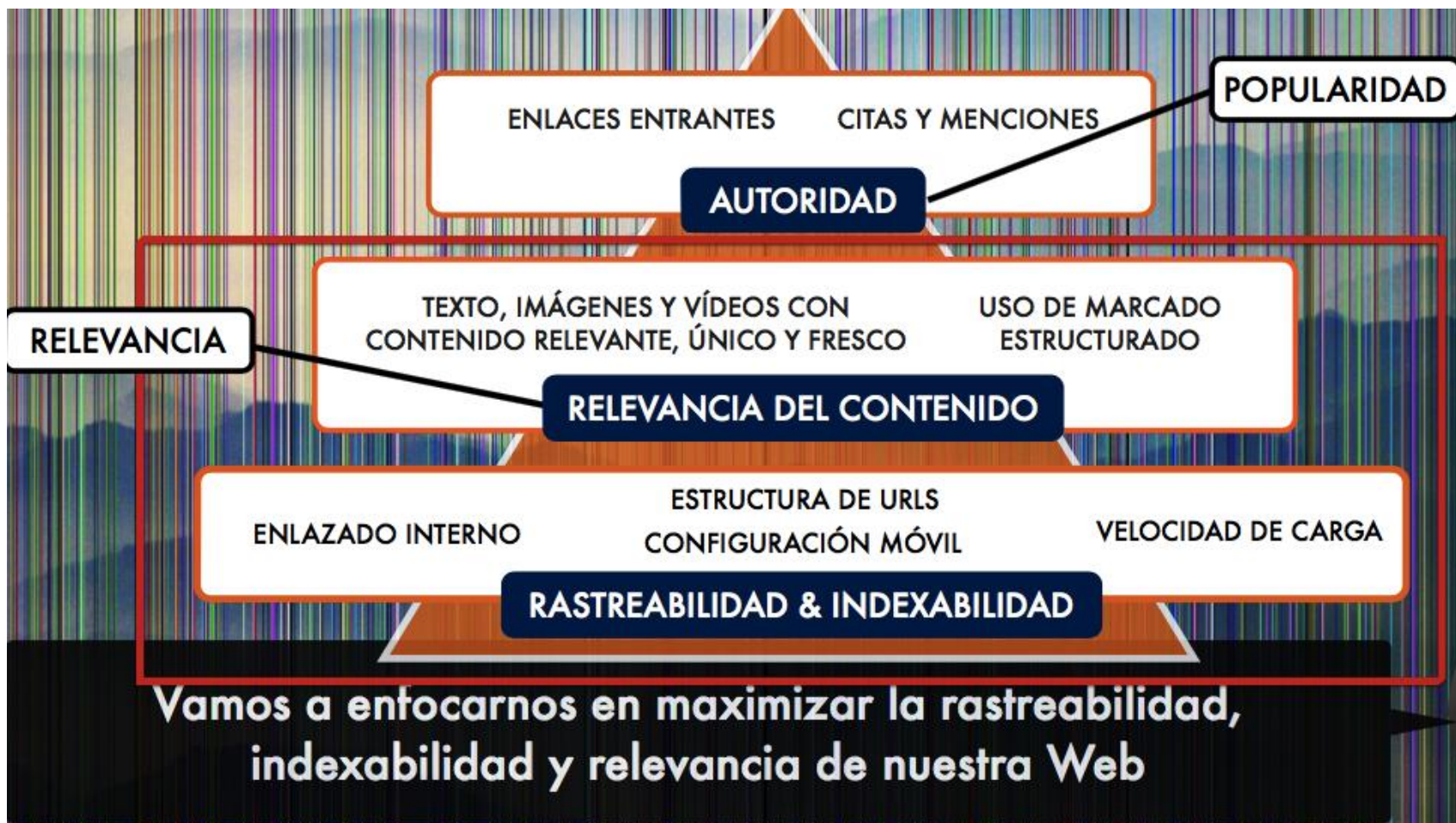


Piezas del inbound

- Gestión de contenido (SEO y Redes Sociales)
- Marketing de permiso (Email Marketing)
- Gestión de clientes (Herramienta CRM)

Pero sobre todo , talento que lo pueda ejecutar

SEO es básico

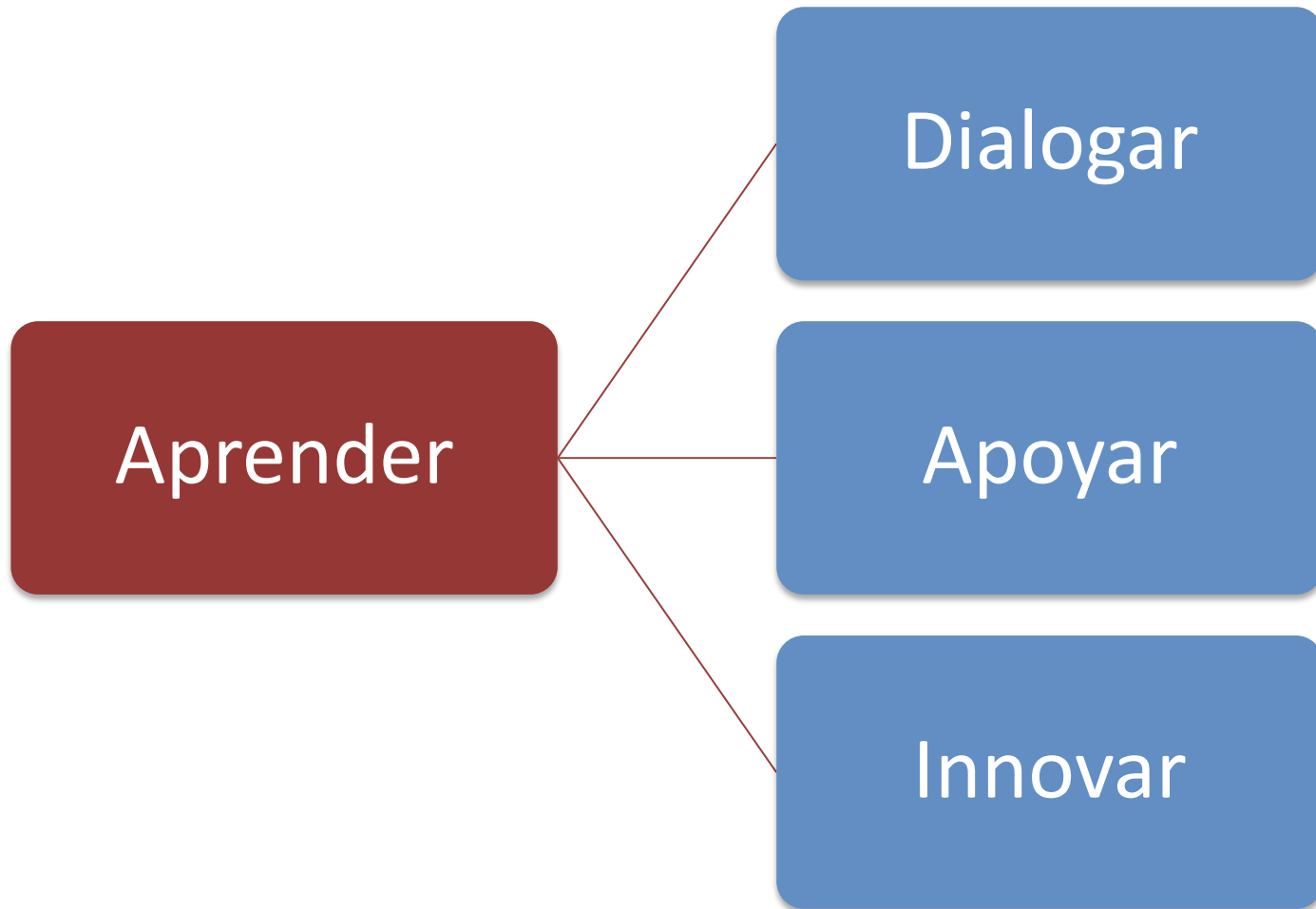


<http://www.stateofdigital.com/cms-seo-requirements-checklist-2015-edition/>

Redes Sociales en los negocios



Estrategia General de Redes Sociales



Email Marketing



Evaluar en cada iniciativa



Estrategia Marketing Digital para Todos

HERRAMIENTAS BÁSICAS

Trends



mango

Término de búsqueda

maca

Término de búsqueda

+ Agregar comparación

En todo el mundo

En los últimos cinco años

Todas las categorías

Búsqueda web

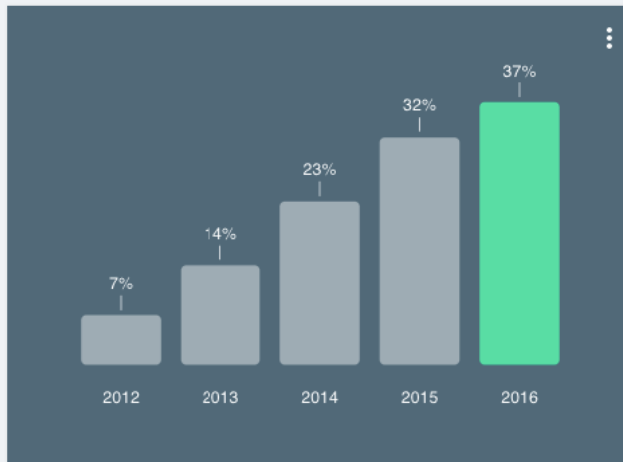
Interés a lo largo del tiempo



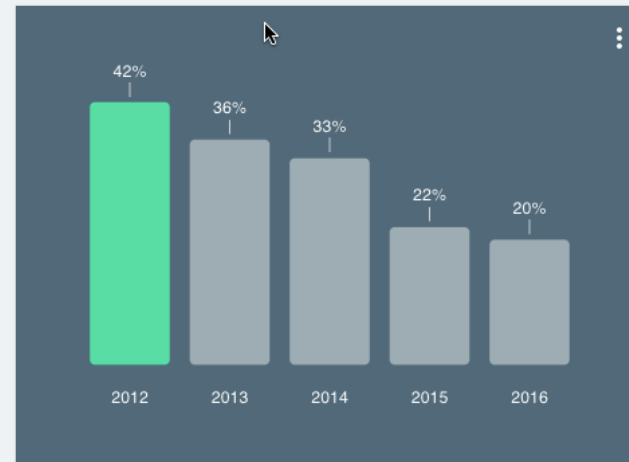
Consumer Barometer

France

All



Percentage of people who use a tablet.



Percentage of people who use one screen
- a computer, smartphone or tablet.

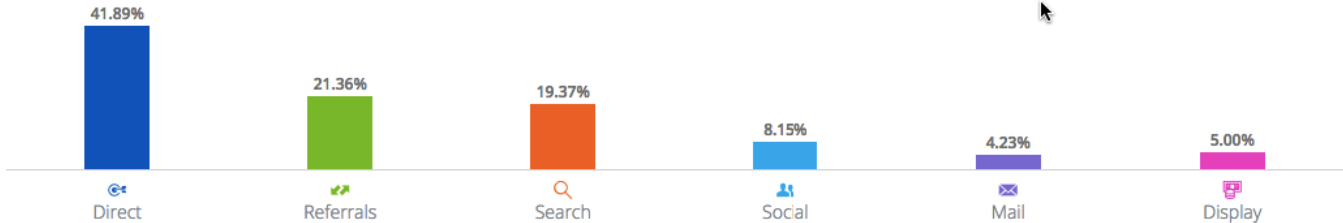


Similar web

aliexpress.com [+ Add Competitors](#)

Traffic Sources

On desktop



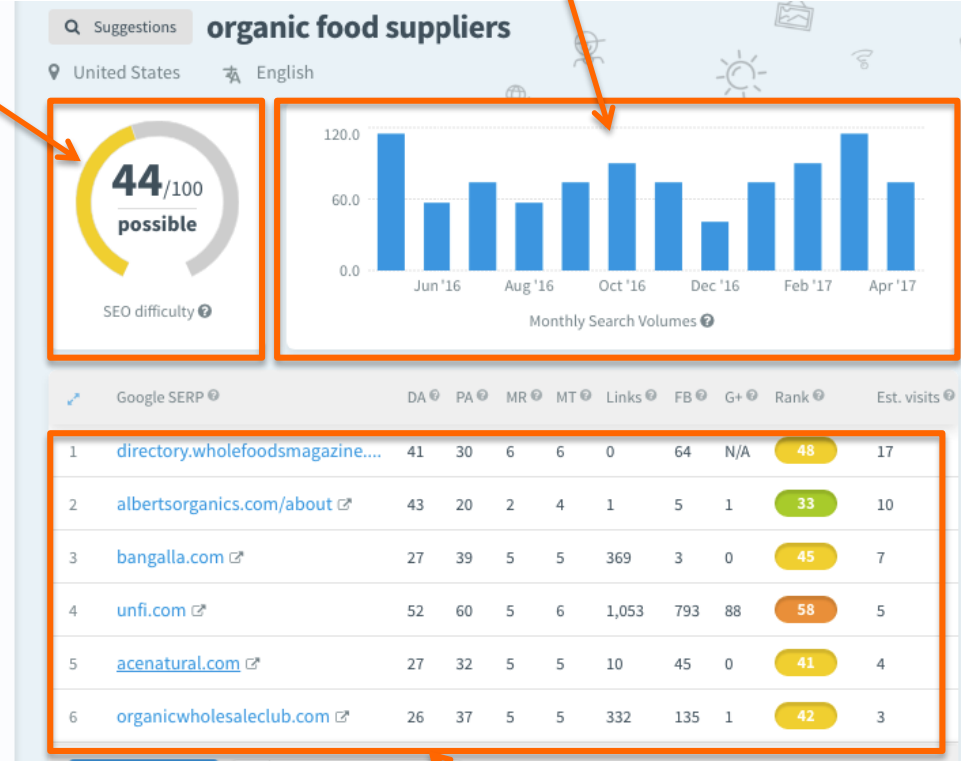
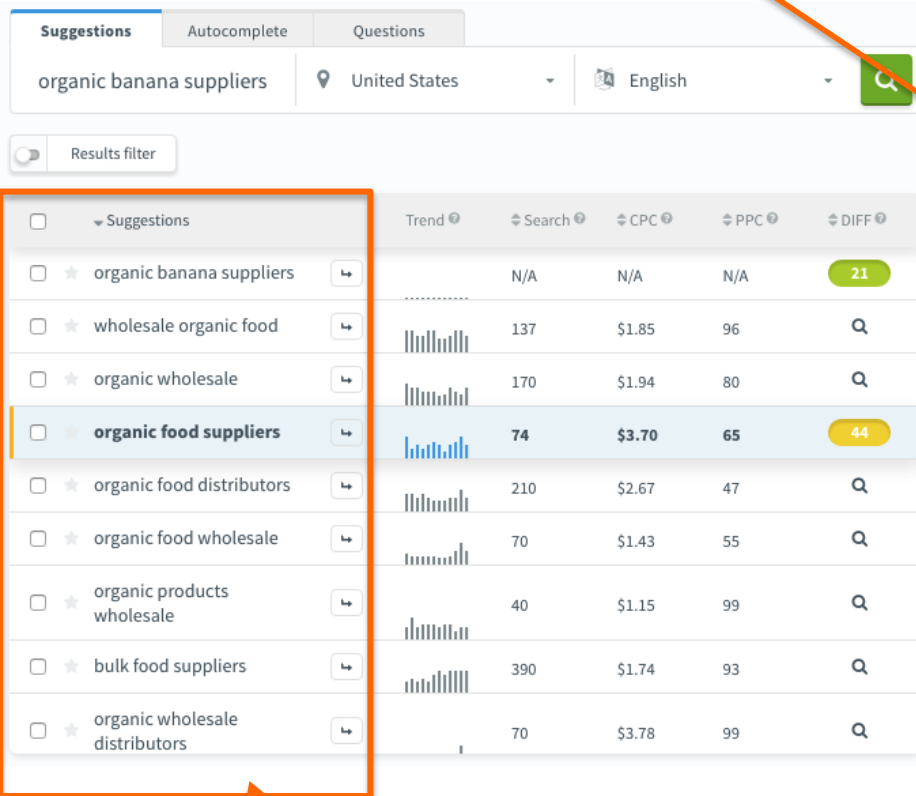
What do you think about our traffic sources analysis? [Send Feedback](#)

- Overview
- Referrals
- Search
- Social
- Display
- Content
- Audience

Investigar búsquedas

Nivel de dificultad

Estacionalidad de búsqueda



Más frases de búsqueda a considerar

La competencia y algunos datos

Gestionar el negocio

ANALÍTICA DIGITAL



**¿Qué es la
Analítica Digital?**

Es extraer conclusiones, definir estrategias y/o establecer reglas de negocio en base a los datos recabados.

Beneficio = Margen x Rotación

¿Cómo sabes cuanto beneficio generas sino sabes el margen ni la rotación de tus propiedad digitales?

De los datos al conocimiento

DATOS

4% de las visitas compran . El 81% de estas visitas lo hace en su segunda visita. El 86% compra en el mismo día.



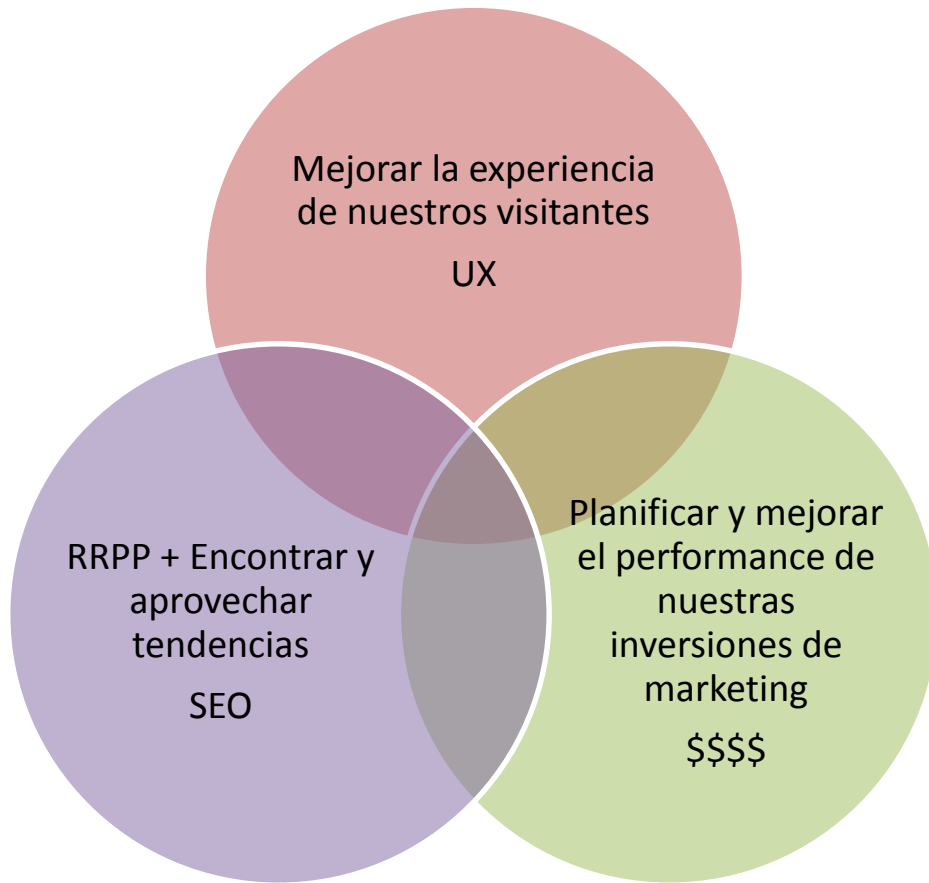
INFORMACIÓN

El 78% de las visitas que compran nuestro producto lo hace en la segunda visita pero en el mismo día porque están comparando con la competencia.

CONOCIMIENTO

Como los usuarios vienen a nuestra web y terminan comprando después de comparar con la competencia, para subir la tasa de conversión habría que generar más sensación de urgencia en la landing page.





= Mejor ROI



Cusco, Perú

dom, 4 de junio de 2017 - lun, 5 de junio de 2017, 1 noche, 1 habitación, 2 adultos

[Cambiar la búsqueda](#) [Mostrar las búsquedas recientes](#)

Limita los resultados:

177 hoteles y alquileres de vacaciones

El nombre contiene

Nombre del hotel...

Precio por noche

S/. 0 a S/. 1.500+

Categoría

- ★★★★★
- ★★★★
- ★★★
- ★★
- ★

Evaluaciones de los huéspedes

0 a 5

Ordenar por **Los más populares** Categoría Distancia Evaluación de los huéspedes Precio

Como aparece en tripadvisor

Reserva ahora o es posible que debas pagar un precio superior por el Torre Dorada más adelante.

Torre Dorada

Calle Los Cipreses N-5, Residencial Huancaro Santiago, Cusco, Cusco, Peru, 0-800-52-652



Cusco
a 1,6 km de: Centro de la ciudad
a 1,9 km de: Plaza de Armas

Acumula noches

A los huéspedes les encanta

Sobresaliente
4,6 / 5
97 Hoteles.com comentarios de huéspedes
1,452 comentarios

Oferta especial

~~S/. 425~~ **S/. 195**

Quedan 3 habitaciones

Seleccionar

Otros increíbles hoteles disponibles

2 personas están viendo este hotel ahora mismo

DESTINO: Cusco - Machu Picchu (y alrededores), Perú FECHAS: dom., jun 4 - lun., jun 5 HABITACIONES: 1 [Cambiar la búsqueda](#)

Puedes ahorrar un **10% extra** o más sobre el precio de tu hotel. [Regístrate](#) o [inicia sesión](#) para ver tus descuentos.

Cusco - Machu Picchu: 496 establecimientos [Reserva en línea o llama al 1-800-552-0114](#)

Buscar por nombre del establecimiento

[Distancia del centro](#) [Precio](#) [Se recomienda](#) [Más...](#)

[Haz clic para ver cómo elegimos nuestros establecimientos recomendados](#)

Filtrar establecimientos por

Categoría del establecimiento

- ★★★★★ 5 estrellas
- ★★★★ 4 estrellas
- ★★★ 3 estrellas

2 personas más están viendo tu opción principal. ¡Reserva pronto!



Torre Dorada

Cusco
1-800-563-0607

4 personas reservaron este establecimiento en las últimas 48 horas

Se reservó en las últimas 6 horas

¡Excepcional! 4.7 de 5

(218 reseñas)

Tenemos 3 hab. a tarifa por noche

[Selecciona tu habitación](#)

Obtén 120 puntos de Expedia+

30% reservado
Cusco - Machu Picchu es uno de los destinos más populares en las fechas que elegiste.

11 personas están buscando establecimientos en Cusco - Machu Picchu, en Expedia, en este momento

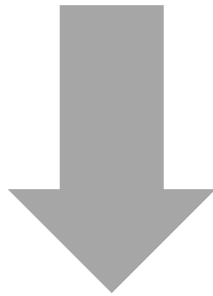
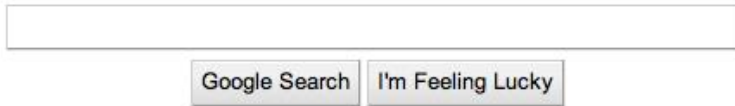
4 Factores a considerar en tu análisis

- Captación
 - Factores externos al negocio
 - Nuestro Contenido
- Activación
 - Productos más consultados
 - Probabilidad de convertir
 - Relación entre productos
- Conversión
 - Rendimiento por canal
 - Impacto de cada canal
- Retención
 - ¿Aprovechamos el conocimiento del cliente?
 - ¿Reactivamos como y cuando debemos?

Estrategia Marketing Digital para Todos

MARKETING DIGITAL

Redes de Google



- AdRank
- Nivel de calidad
- CPC



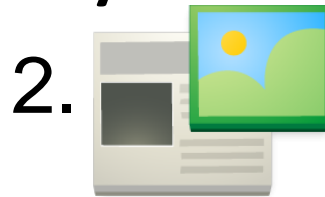
Red de Display de Google (GDN)



La red de Display tiene 3 componentes



Anuncios de texto



Anuncios de Imagen



Anuncios de video



Anuncios de texto para sitios web
Sitios seleccionados por Google o el
anunciante

Anuncios TrueView



Encuentre los usuarios cuando ellos asisten videos, hacen búsquedas o navegan

Pague cuando el usuario elige ver el video.

Determine presupuesto y ofertas utilizando el sistema dinámico de AdWords y una nueva familia de **formatos que permiten libertad de elección para el usuario.**



TrueView in-stream



TrueView en la búsqueda



TrueView en display



TrueView en listado de opciones

Anuncios Facebook



Cómo funciona remarketing?

Alcanzando a gente que estuvo en el sitio web



Cookie
1357



User List

- Cookie 1357
- Cookie 2468
- Cookie 9753
- ...

1

Un usuario de internet hace una búsqueda

2

El usuario visita una página que tiene el código de remarketing

3

El servidor de Google arma una lista de usuarios en base a las cookies

```
Remarketing code
Add the remarketing code to all your pages visited by users whom you'd like to add to this list. Insertion tag:
Page security level: [LTP]
<script>
  (function() {
    var google_conversion_id = 1021237090;
    var google_conversion_page = "village_pampers";
    var google_conversion_color = "000000";
    var google_conversion_label = "village_pampers";
    var google_conversion_value = 0;
  })();
</script>
```



Cookie 1357



5

... visite una página de la red de Didsplay. El servidor de Google reconoce la cookie y le muestra el anuncio deseado

4

La próxima vez que el usuario navegue y...

6

El usuario puede volver a visitar la página web inicial

10 Principales secciones de la Landing Page

Logo Headline

texto
gráfico

Oferta

Copy Descriptivo

Bullet/bloque
Lista de características clave
Lista de beneficios clave

Presentación Producto/Servicio

Imagen de Producto
Tours
Screen shots
Life-style images

Calls to action

Enlaces
Botones
Formularios

Construcción de Confianza

Testimoniales
Ejemplos de uso de terceros
Validadores

Información de Contacto

Enlace a más Información

Elementos de Plantilla

Página de Destino (Landing Page)

¡Renueva tu Equipo Movistar hoy!



Sony Xperia L1

Online

s/ 129

Con: Plan vuela 4G S/ 99

Detalles del plan

MB 5 GB Internet

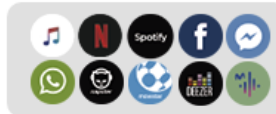
GB 5GB Fun Pack

ilimitado Minutos a todo destino

RPM ilimitado

500 SMS

Lo mejor de Netflix en tu Postpago sin consumir los datos de tu plan con Fun Pack



movistar

Ingresa tus datos para comunicarnos contigo y finalizar tu pedido.

Nombres y Apellidos del titular *

DNI Número de DNI *

Correo electrónico *

Celular de contacto

Número a renovar *

Tipo de entrega

• Delivery

Lima

Lima

Lima

• Recojo en tienda (opción no disponible)

✓ Acepto la [cláusula de protección de datos](#).

Solicitar ahora

Facebook Lead Ads

The image shows a Facebook advertisement for Movistar Perú. At the top, there is a search bar. Below it, the Movistar Perú profile is visible, dated April 11th. The main text of the ad reads: "Empieza tu historia con Movistar. ¿No te decides? Entra ya a nuestra tienda online y descubre paquetes de minutos, datos y equipos a precios increíbles." The central image features an LG K8 smartphone with a butterfly pattern on the screen, a price tag of "Desde s/9", and the text "LG K8 Portabilidad". A "Facebook Lead Ads" label is overlaid on the image. Below the image, the ad text says "Pregunta por nuestro Plan vuela 4G S/. 199" and "** Aplican términos y condiciones". At the bottom right of the ad is a "Registrarte" button and the URL "MOVISTAR.COM.PE". The Facebook interface at the bottom shows interaction options: "Me gusta", "Comentar", and "Compartir", along with a notification of 26 likes and a "Comentarios destacados" link.

Movistar Perú
11 de abril · 🌐

Empieza tu historia con Movistar. ¿No te decides? Entra ya a nuestra tienda online y descubre paquetes de minutos, datos y equipos a precios increíbles.

LG K8
Portabilidad

Desde s/9

Facebook Lead Ads

Pregunta por nuestro Plan vuela 4G S/. 199
** Aplican términos y condiciones

MOVISTAR.COM.PE **Registrarte**

👍 Me gusta 💬 Comentar ➦ Compartir

👍 26 Comentarios destacados

Movistar Perú

Miguel Inicio 1

Te gusta

Movistar Perú 11 de abril ·

Empieza tu historia con Movistar Perú tienda online y recibe ofertas exclusivas.

Huawei P8 Lite 2014 Portabilidad

Desbloquea tu celular s/ costo

Pregunta por nosotros ** Aplican términos y condiciones MOVISTAR.COM.PE

Me gusta Comentar

516

22 veces compartido

Crear una página

Movistar Perú

Proporciona tus datos a continuación para registrarte.

DNI

Número a portar

Planes

Nombre completo

Correo electrónico

Número de teléfono

Ciudad

Al hacer clic en "Enviar", aceptas enviar tu información a Movistar Perú, que se compromete a usarla conforme a su política de privacidad. Facebook también usará la información en conformidad con nuestra Política de datos, incluso para completar

Implicancias para el negocio

- Es estar siempre encendidos (Always On)
- Entender que las decisiones de compra se pueden tomar en cualquier lugar
- Hacer Pre-Venta
- Apoyo a la fuerza de ventas interna
- Youtube también es ZMOT (momento cero de la verdad)

UNIENDO PIEZAS

En Digital hay que tener

- Datos
- Conocimiento del mercado
- Rapidez para implementación

Ventajas de ser Mype

- Toma de decisiones rápida
- Más cerca del cliente
- Agilidad

Pymes – Digital

- Toma de decisiones rápida = DATOS
- Más cerca del cliente = CONOCIMIENTO DEL CLIENTE
- Agilidad = RAPIDEZ DE IMPLEMENTACIÓN

Propuesta

UN MARCO DE TRABAJO ESENCIAL

Antes de hacer algo.....

1. Prepárate para medir (recursos, horas hombre, objetivos)
2. Instala Google Analytics o Piwik o alguna herramienta de medición.
3. Crea una cuenta de Hotjar o herramienta de mapa de calor e instala en tu sitio web
4. Hiper Recomendado: Instala herramientas de medición desde Tag manager o herramienta similar para que lo anterior sea más fácil
5. Google Optimize, prepárate para hacer Tests

¿Tienes problemas de tráfico?

- Es que el sitio web no fue creado para generar tráfico , le falta optimizar.
- Empieza a preocuparte por el contenido para atraer audiencia, dale lo que necesita desde que te encuentre en el buscador.
- Cuando los consumidores entren a tu sitio, no decepciones.
- Antes de que se vaya, dale la oportunidad de volverse a ver, con algo de verdad necesite.

Tienes problemas de conversión

- Entonces, mapea las rutas de conversión más importantes y fíjate donde se cae.
- Dale más atención al formulario de registro o ruta de compra, optimízalo. Testear cantidad de campos y pasos es importante.
- Acerca la conversión a las rutas de mayor tráfico
- Haz experimentos con Google Optimize
- **Nunca pares de medir !**





Ecommerce para Pymes

MBA. Miguel Angel Salazar Kovaleff

<http://blog.attachmedia.com>

@attachmedia