



Seminarios virtuales Miércoles del exportador

¿Cómo implementar un sitio web para tu negocio de exportación?

Lima, 06 de septiembre de 2023

**Christian
Saldaña Paz**

csaldana@atumedidadigital.com

1

Comenzamos ...

Introducción

La tecnología y la digitalización han cambiado la forma en que las empresas exportadoras hacen negocios en todo el mundo.

Las tendencias digitales son una oportunidad para mejorar la eficiencia, reducir costos y mejorar la experiencia del cliente.



Para editar tamaño y posición hacer clic en Recortar



¿Cómo descubren marcas y productos los usuarios de Internet?

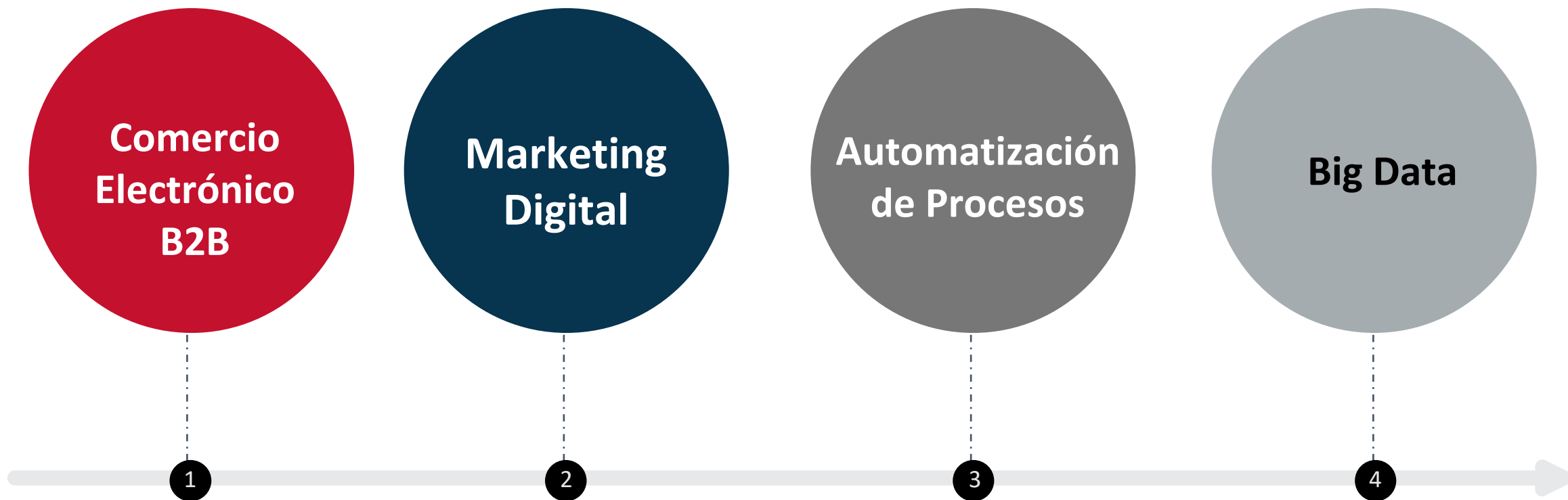


Abre tus ojos

La presencia digital y omnicanal de las marcas es esencial para impulsar el comercio electrónico. Los usuarios de internet descubren nuevas marcas y productos en diferentes canales, tanto online como offline:

- Buscadores web 31%
- Comerciales en televisión 31%
- Recomendaciones de amigos y familia 28%
- Pauta en redes sociales 26%
- Sitios web de marcas y productos 26%
- Pauta en sitios web 23%
- Series de televisión y cine 23%
- Sitios de retail online 23%
- Sitios de reviews de consumidores online 22%
- Recomendaciones en redes sociales 22%
- Productos en tiendas físicas 20%
- Pauta en aplicaciones o juegos móviles 20%
- Sitios de comparación de productos 19%
- Pauta antes de empezar un video online 17%
- Contenido de marcas en redes sociales 16%

Principales Tendencias





Se estima que para 2025, el crecimiento del comercio B2B crecerá cerca de \$35 trillones de dólares



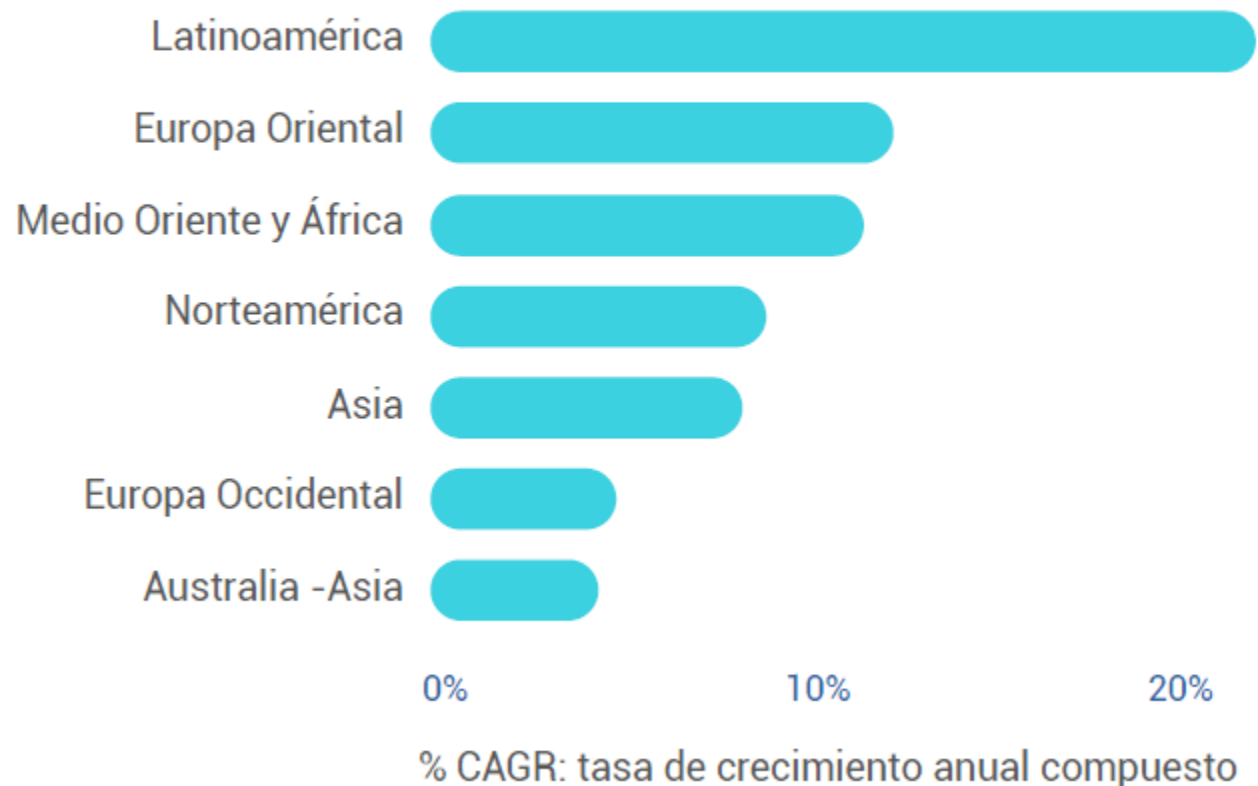
Statista



B2B

El eCommerce B2B (Business-to-Business) se refiere a la venta en línea de productos y servicios entre empresas. En este modelo de eCommerce, la empresa que vende los productos o servicios ofrece su catálogo a otras empresas, las cuales pueden realizar compras directamente a través de una plataforma en línea.

Crecimiento proyectado del eCommerce por regiones 2020-2025



Crecimiento en América Latina

De acuerdo con un estudio realizado por Statista, el crecimiento del comercio B2B en América Latina y el Caribe será del 25% y entre los países con mayor aportación a este número destacan:

- Brasil
- México
- Colombia
- Chile
- Argentina
- Perú

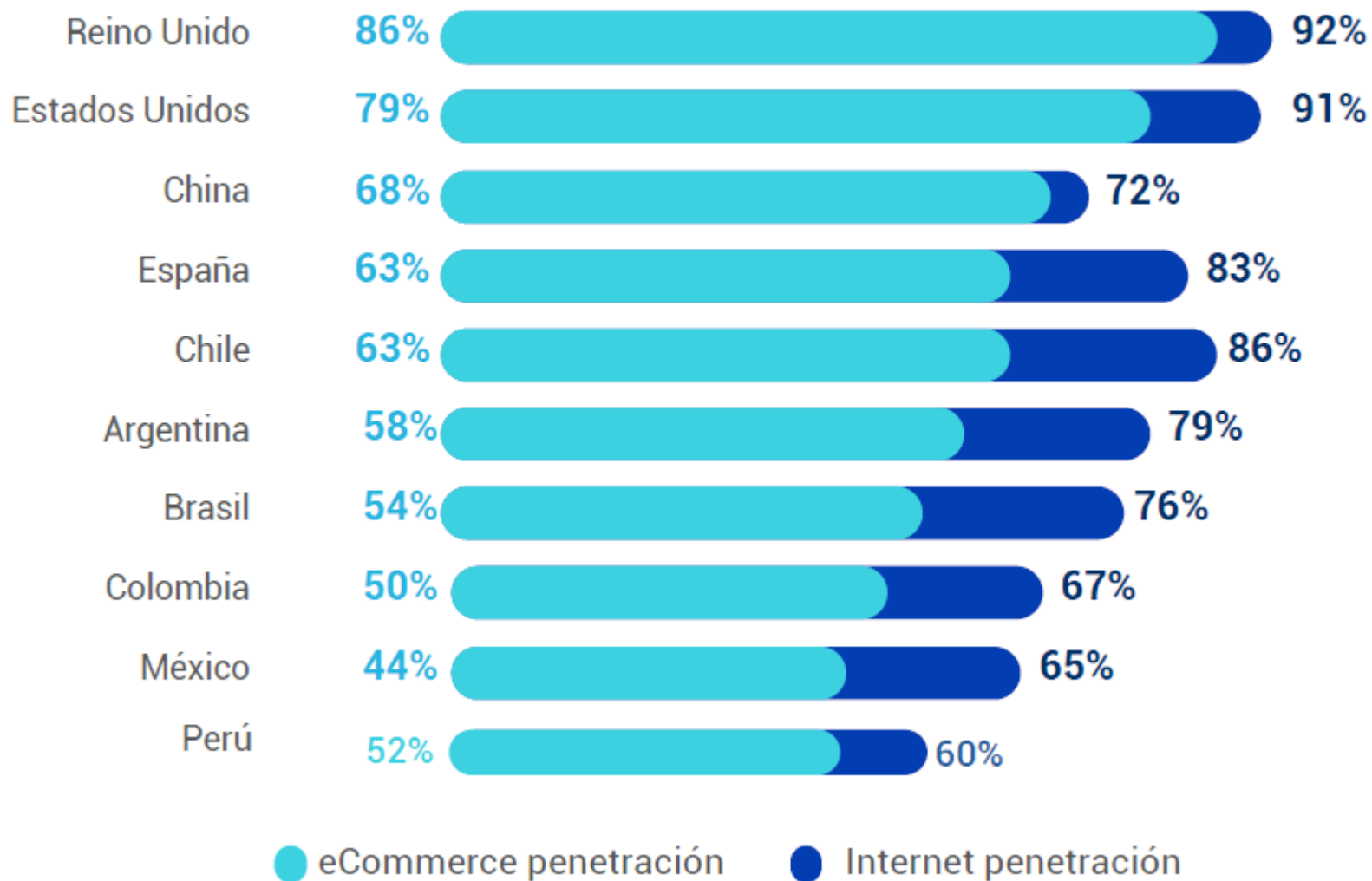
¿Cómo adquieren productos o servicios?



B2B

60% es el porcentaje de penetración de internet en Perú y 52% de los peruanos ya compra online

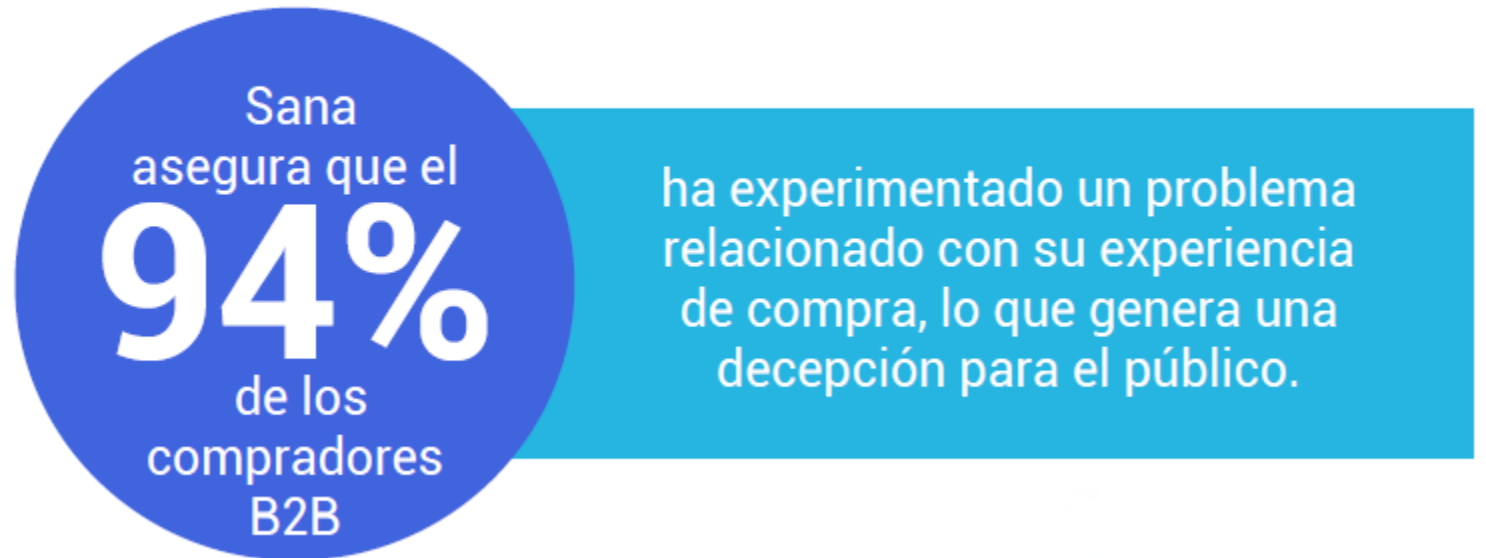
Penetración de Internet y de eCommerce por países en 2021



Retos en el comercio B2B

Pese al crecimiento del comercio electrónico B2B, las dificultades en este tipo de mercado siguen presentándose. Según Sana Commerce, el 50% de los sitios de eCommerce no satisface las expectativas de los compradores B2B.

Por esa razón, el reto más importante del eCommerce B2B está en la inversión en estructuras y plataformas web confiables, que ofrezcan garantías con especial énfasis en la experiencia de los usuarios.



eCommerce en Perú

Motivaciones de compra online en los peruanos

Distribución de empresas que hacen eCommerce en Perú

Crecimiento

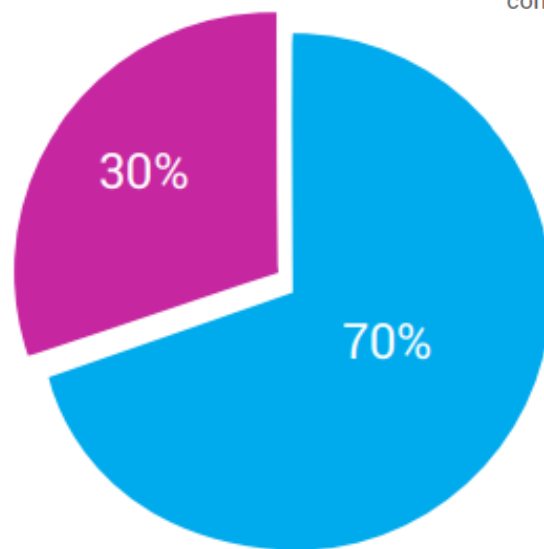


100%
Lima

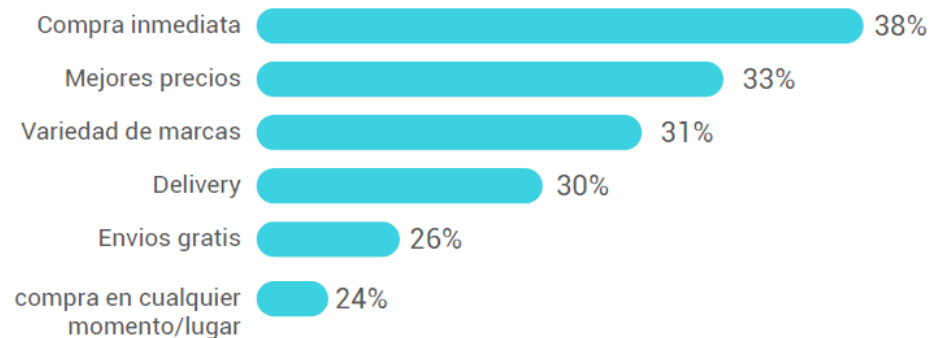


180%
Provincias

Lima
Provincias



Fuente: Niubiz
Reporte oficial de la industria ecommerce en Perú
elaborado por CAPACE



Etapas B2B ECommerce



Plataformas según tus necesidades



Pasarelas de Pago



Cuadro Comparativo Pasarelas de Pagos



	mercado pago	Culqi	izipay	niubiz:
Afiliación	Gratis	Gratis	Gratis	Gratis <small>Ajustado a promociones</small>
Mantenimiento mensual	Gratis	Gratis	Gratis	S/ 50 + IGV <small>Ajustado a promociones</small>
Comisión	Pago Nacional 3.99% + IGV Pago Internacional 3.79% + IGV	Pago Nacional 4.20% + IGV Pago Internacional 5.49% + IGV	Pago Nacional 3.44% + IGV Pago Internacional 3.95% + IGV	Pago Nacional 3.45% + IGV Pago Internacional 4.45% + IGV
Cobros adicionales	S/ 1.00 + IGV	S/ 0.30 + IGV	S/ 0.69	S/ 0.15 + IGV
Seguridad	Alta	Media	Alta	Alta
Funcionan con				



*Fecha de cuadro comparativo 06.05.2021

2 Plataforamas...

Vamos a la demostración



Marketing Digital

Esto es lo que te va a pasar...



"En un mundo digitalmente, donde la presencia en línea es vital para el éxito, una empresa que no implementa estrategias de marketing digital **está condenada a desaparecer en la sombra, mientras sus competidores brillan en la era digital.**"

Atte.



Estrategías

Veamos algunas estrategias para mejorar las ventas en línea , experiencia del usuario al comprar , incrementar el posicionamiento de marca y las compras sostenible.



SEO

Crea contenido de calidad, como blogs o guías de compra, que atraiga a los clientes y mejore el SEO en los motores de búsqueda



SOCIAL MEDIA

Utiliza plataformas como Instagram , Facebook,, Tik Tok para mostrar visualmente las piezas de joyería y crear una comunidad en línea



SERVICIO PERSONALIZADO

Ofrece opciones de personalización para las piezas de joyería, como grabados o selección de piedras preciosas.



WEB ATRACTIVO

Desarrolla un sitio web atractivo y fácil de navegar que muestre la gama de productos de joyería de oro y plata de alta calidad.



PUBLICIDAD PAGA

Utiliza plataformas publicitarias como Google Ads , META Ads y Tik Tok ADS para llegar a tu público objetivo.

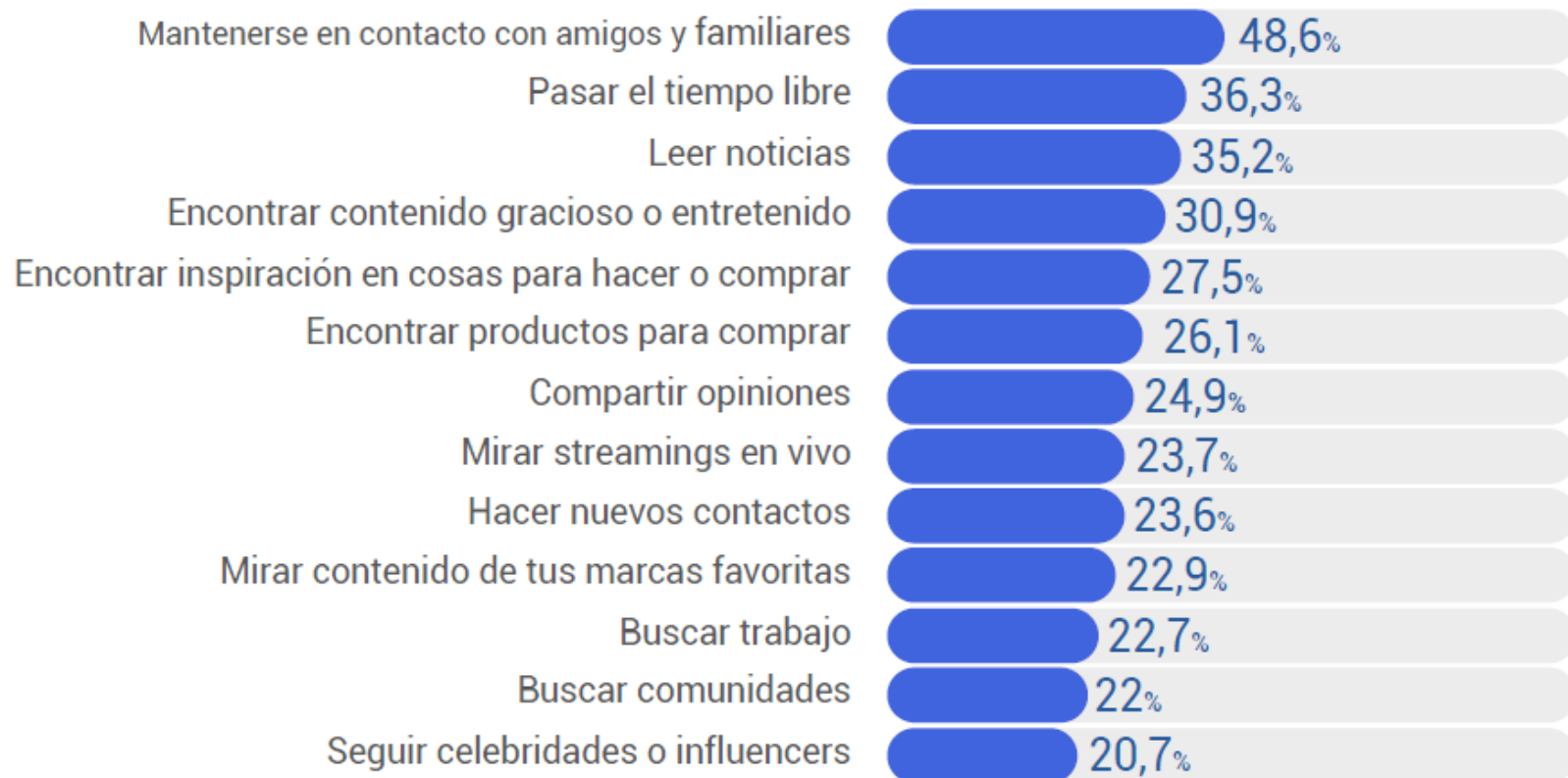


EMAIL /WHATSAPP MARKETING

Nam consequat dapibus rhoncus. Aenean dui qua, hendrerit eget metus.

¿Por qué usan redes sociales las personas?

Con un número de usuarios en aumento y un porcentaje de uso mayor al 70% en países como Colombia, México, Perú, Ecuador y Chile, las redes sociales son un canal digital clave para encontrar crecimiento para las estrategias de eCommerce.



TENDENCIAS EE.UU: CRECIMIENTO DEL E-COMMERCE EN TIKTOK

TIKTOK VIEWS – U.S. RETAIL & CPG



Activar Windows
Ve a Configuración

Durante 2022 pasamos más de **473 mil millones de horas** mirando videos en línea y los sites y apps de videos continuaron creciendo



+79,1%
VIDEO VIEWS
YEAR-OVER-YEAR



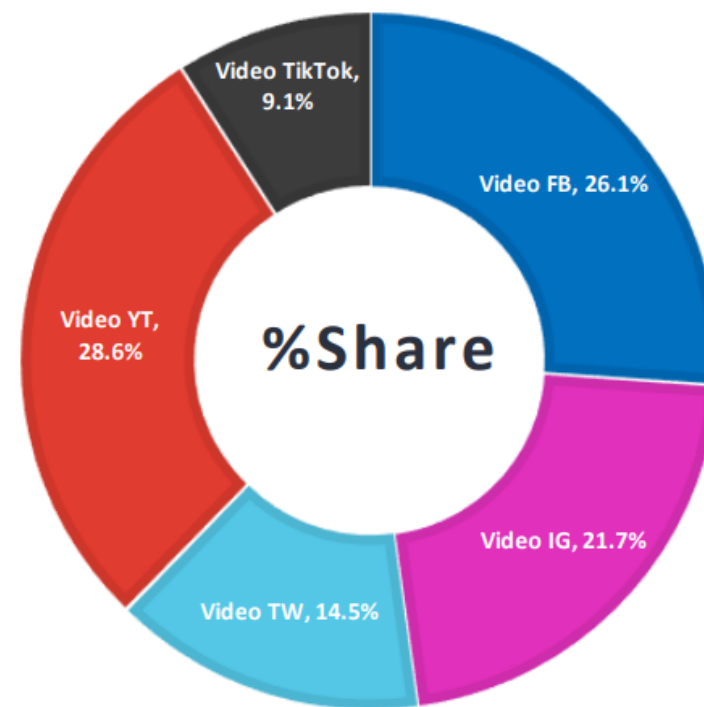
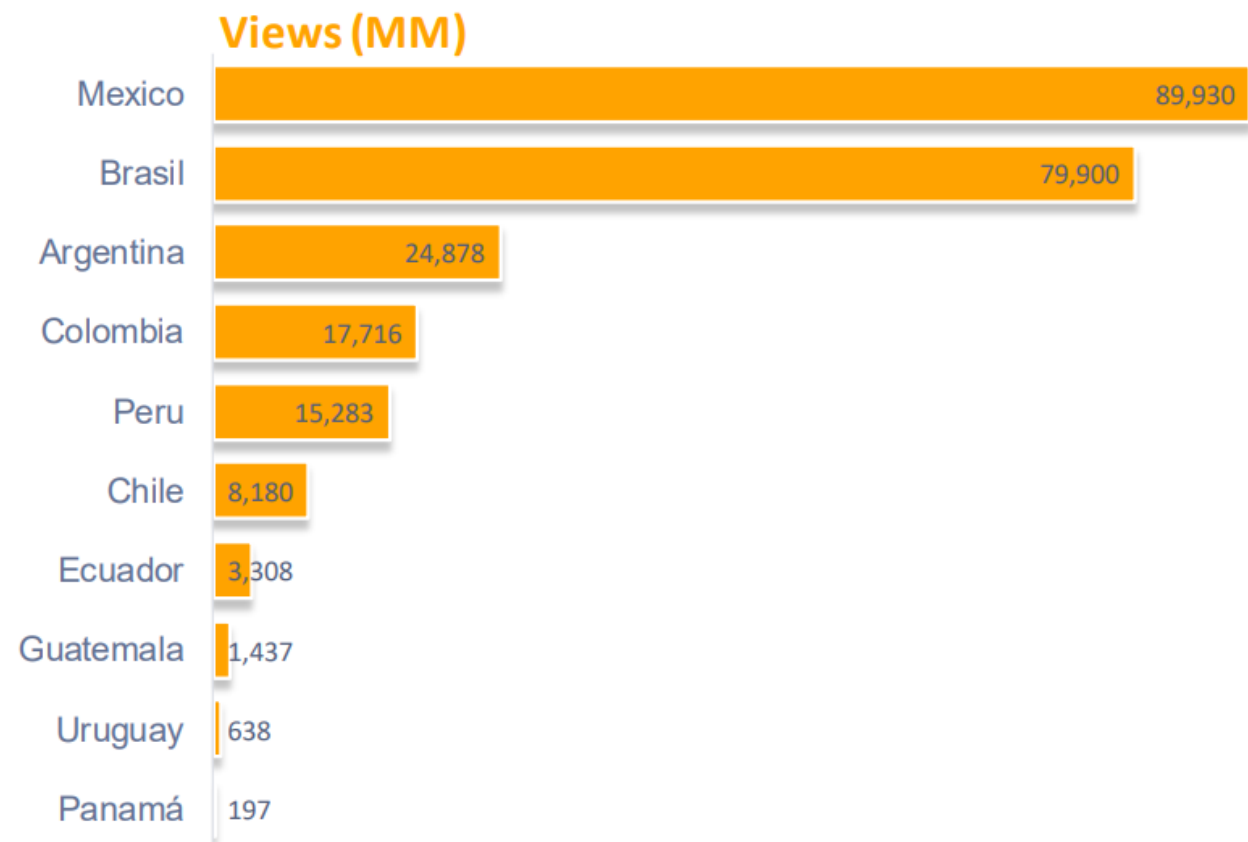
+18,4%
VIDEO VIEWS
YEAR-OVER-YEAR



+9,5%
VIDEO VIEWS
YEAR-OVER-YEAR

Consumo de video en América Latina

¿Cómo es el volumen de visualizaciones de video en redes sociales por países?



¿Importancia de esta en Google?

El **SEO** es un conjunto de técnicas que sirven para posicionar una página web de forma natural en Google, a través de la selección de las palabras claves.

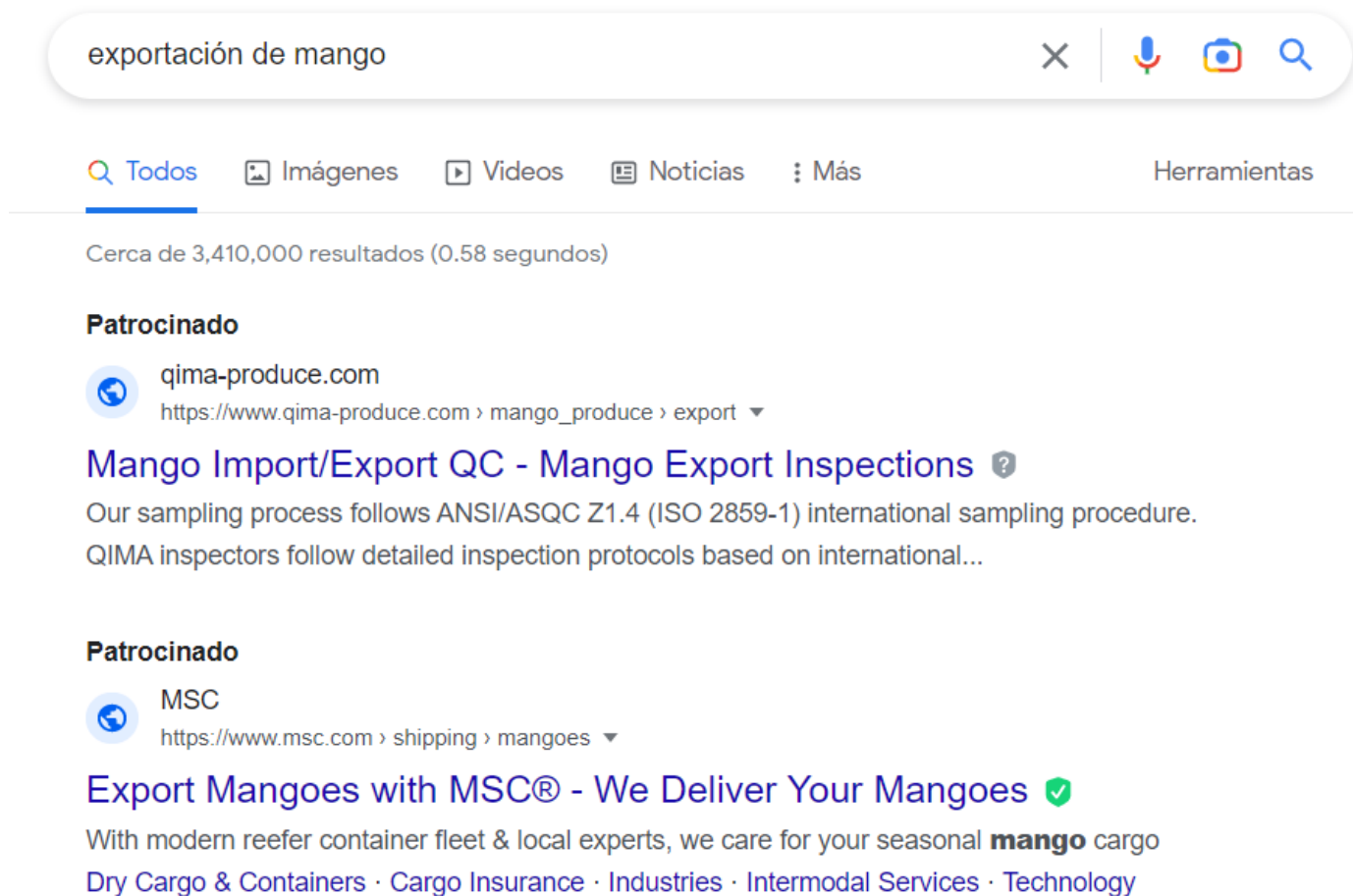
¿Qué factores influyen en el éxito en marketing de contenidos?



Publicidad Digital

Es un tipo de publicidad online que aparece en las páginas web en forma de banners. Puede tratarse desde el tradicional banner con combinación de imágenes y texto, hasta modelos más elaborados que incluyen audio, vídeo o formatos interactivos.

También se puede anunciar en el motor de búsqueda de Google




exportación de mango

Todos Imágenes Videos Noticias Más Herramientas

Cerca de 3,410,000 resultados (0.58 segundos)


Patrocinado

 qima-produce.com
https://www.qima-produce.com › mango_produce › export

Mango Import/Export QC - Mango Export Inspections ?

Our sampling process follows ANSI/ASQC Z1.4 (ISO 2859-1) international sampling procedure. QIMA inspectors follow detailed inspection protocols based on international...

Patrocinado

 MSC
https://www.msc.com › shipping › mangoes

Export Mangoes with MSC® - We Deliver Your Mangoes ✓

With modern reefer container fleet & local experts, we care for your seasonal **mango** cargo
Dry Cargo & Containers · Cargo Insurance · Industries · Intermodal Services · Technology



AdChoices

Trading & Cryptos Mastery Summit

14-17 FEBRERO

TE ESPERO EN EL MAYOR CONGRESO ONLINE DE TRADING & CRYPTOS

TU ENTRADA

¿SABIAS QUE PUEDES VENDERNO TU AUTO EN 1 DÍA Y SIN SALIR DE CASA?

COTIZA EL VALOR DE TU AUTO

Contenido patrocinado

marcas a tu lado



29 Diciembre, 2021

Alicorp donó 14 toneladas de alimentos para a 10 comedores populares en Lima y Callao

Esta acción conjunta con el Banco de Alimentos Perú y Latina se enmarcó en su propósito de Alimentar un Mañana Mejor.

Yo Soy

IR A LA SECCIÓN

Your site is too valuable to lose

Protect your investment with bulletproof WordPress backups and security.

too

Llevar la ilusión hasta el final nos hace volar.

Aerolínea Oficial de La Blanqueroja

SEO, siii funcionaaaaaa

Default Channel Grouping	Adquisición			Comportamiento			Conversiones Comercio electrónico ▾		
	Usuarios [?]	Usuarios nuevos [?]	Sesiones [?]	Porcentaje de rebote [?]	Páginas/sesión [?]	Duración media de la sesión [?]	Tasa de conversión de comercio electrónico [?]	Transacciones [?]	Ingresos [?] ↓
	119.544 <small>% del total: 100,00 % (119.544)</small>	120.765 <small>% del total: 100,11 % (120.637)</small>	176.364 <small>% del total: 100,00 % (176.364)</small>	59,25 % <small>Media de la vista: 59,25 % (0,00 %)</small>	3,25 <small>Media de la vista: 3,25 (0,00 %)</small>	00:02:14 <small>Media de la vista: 00:02:14 (0,00 %)</small>	1,57 % <small>Media de la vista: 1,57 % (0,00 %)</small>	2.763 <small>% del total: 100,00 % (2.763)</small>	414.837,20 PEN <small>% del total: 100,00 % (414.837,20 PEN)</small>
1. Organic Search	12.071 (9,58 %)	11.492 (9,52 %)	28.037 (15,90 %)	35,84 %	5,27	00:05:24	3,42 %	960 (34,74 %)	143.691,07 PEN (34,64 %)
2. Referral	11.253 (8,93 %)	10.225 (8,47 %)	16.774 (9,51 %)	19,49 %	5,95	00:04:02	3,86 %	647 (23,42 %)	99.163,24 PEN (23,90 %)
3. Social	28.909 (22,93 %)	27.764 (22,99 %)	37.609 (21,32 %)	56,91 %	3,49	00:01:58	1,32 %	497 (17,99 %)	77.825,90 PEN (18,76 %)
4. Direct	26.572 (21,08 %)	26.805 (22,20 %)	35.594 (20,18 %)	63,14 %	2,80	00:01:51	1,32 %	471 (17,05 %)	65.291,50 PEN (15,74 %)
5. Email	919 (0,73 %)	615 (0,51 %)	2.233 (1,27 %)	41,29 %	4,52	00:04:04	5,19 %	116 (4,20 %)	18.086,14 PEN (4,36 %)
6. (Other)	38.147 (30,26 %)	35.922 (29,75 %)	46.345 (26,28 %)	85,10 %	1,47	00:00:27	0,16 %	72 (2,61 %)	10.779,34 PEN (2,60 %)