



GESTIÓN COMERCIAL EN CANALES VIRTUALES

DR. CESAR SARMIENTO NIÑO.
DBA – MBA – MKT SPEC- B.A.

EAN - BANCOLDEX

MARZO DE 2015

Tenga Listo en SU NAVEGADOR..

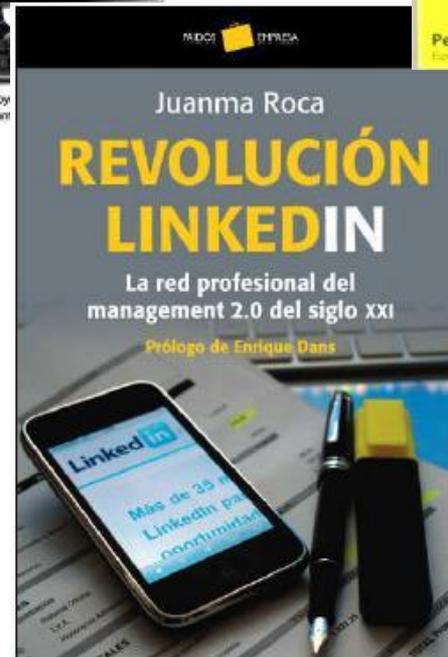
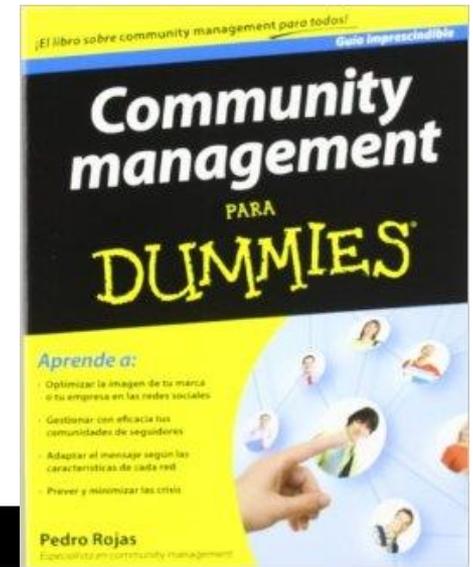
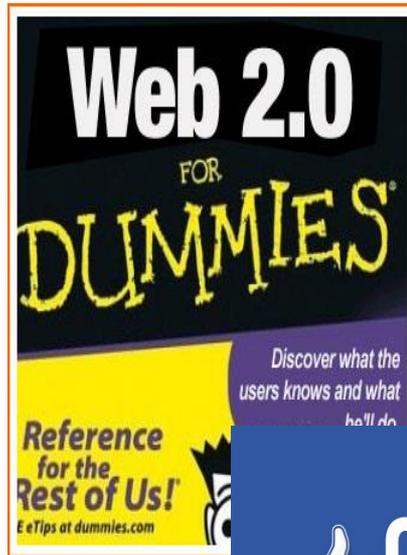
- Una Página Abierta situado en su Página WEB de su empresa / Negocio
- Una pagina WEB abierta situados en Google Adwords (debe tener cuenta en Gmail, Google +)
www.google.com.co/adwords
- Una pagina abierta situados en www.Google.com.co
- Una pagina abierta en Google Imágenes
www.google.com/imghp
- Unas paginas de SU competencia

Contenido temático

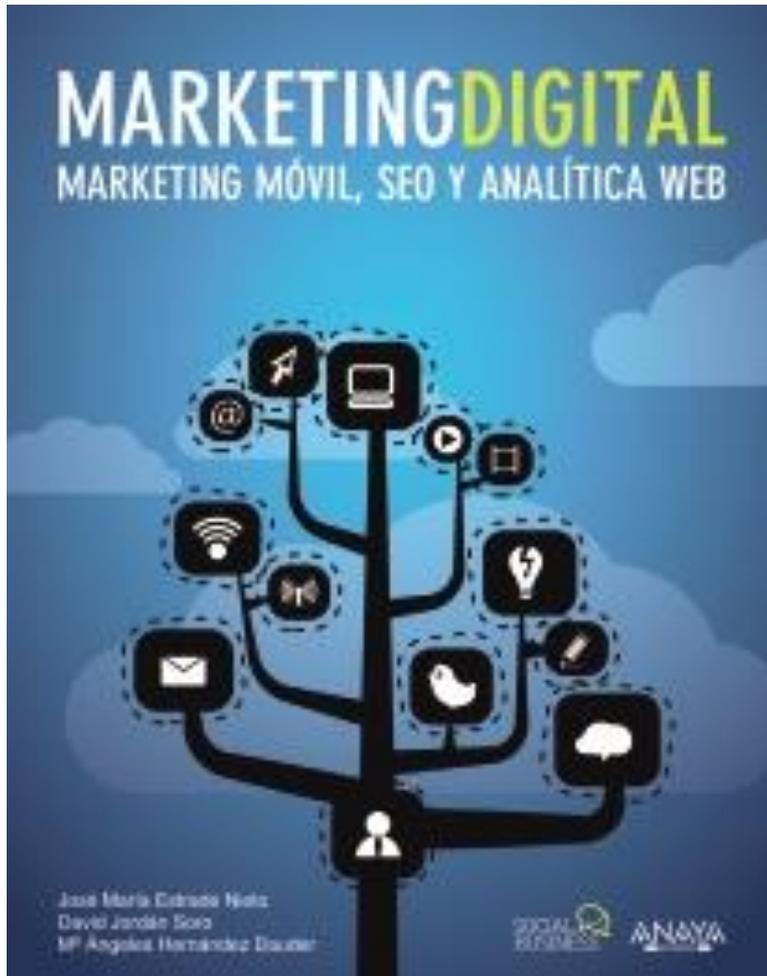
1. **La demanda de HOY, características del entorno**
2. **La construcción correcta de la Página WEB**
3. **Gestión Comercial desde la Página web**
4. **Gestión Comercial desde las Redes Sociales**

5. Consultas

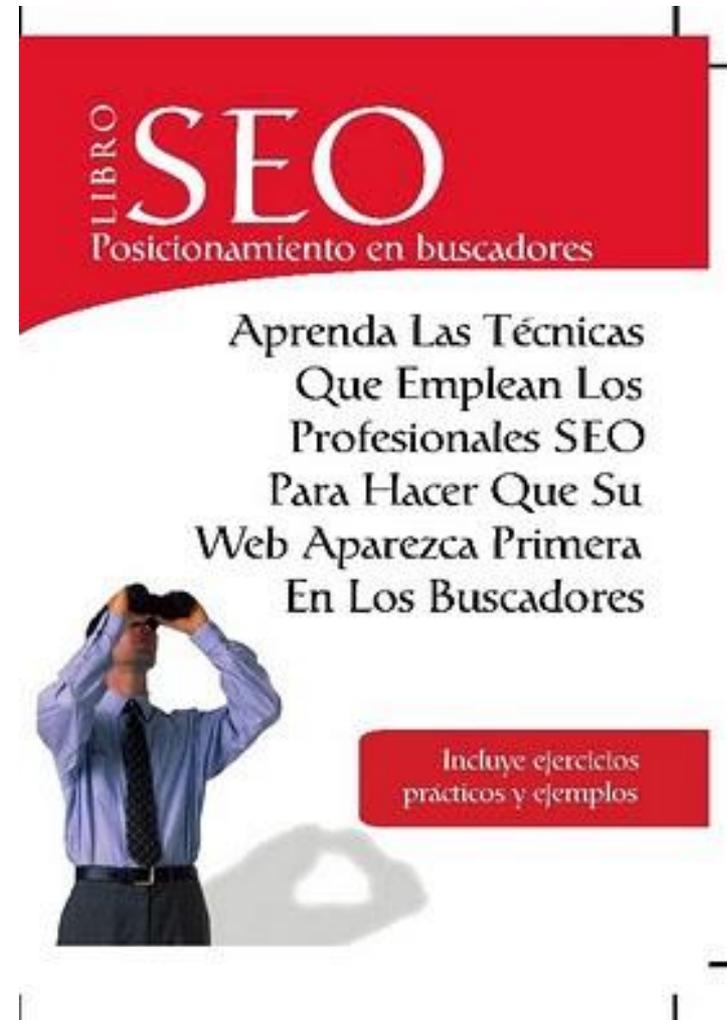
Libros Sugeridos



Algunos Textos Recomendados



Jose Maria Estrade Nieto



Miguel López Gómez.

Contenido temático

1. **La demanda de HOY, características del entorno**
2. La construcción correcta de la Página WEB
3. Gestión Comercial desde la Página web
4. Gestión Comercial desde las Redes Sociales
5. Consultas

EL ENTORNO ACTUAL - BTB

- Mas de 68 Millones de Celulares en Colombia, mas del 65% son Smart Phone
- 22 Millones de Usuarios de Internet con conexión de Internet
- 4,7 Millones de Portatiles y DeskTop en demanda **al descenso**
- 5,7 Billones de USD\$ en Compras en Colombia
- Crecimiento Mundial del Mercado de las Tiendas ONLINE a ritmos del 280% anual
- Top 10 Tiendas Virtuales de Negocios de EEUU venden mas de \$284 Billones USD
- Amazon logra ser uno de los Top 10 Retailers del Mundo con US\$44Billones USD.

**Dirigido a EMPRESAS (btb)
Profesionales, Jóvenes y Niños (btc)**



40.8%

de las personas que se conectan a internet en Colombia están entre los 25 y los 44 años.

El PAPEL protagónico de la WWW en los Negocios



Tener una WWW.. **NO** es estar en e-business

1. Si es Una pagina WEB **ESTATICA**
2. Si es Una pagina WEB **NO ORIENTADA AL SEO**
3. Si es Una pagina WEB **SIN REDES SOCIALES**
4. Si es Una pagina WEB **SIN INTERACCIÓN**
5. Si es Una pagina WEB **QUE NO SE VEA EN GOOGLE**
6. Si es Una pagina WEB **QUE NO PERMITE QUE EL CLIENTE NOS CONTACTE (INTERACCIÓN)**
7. Si es Una pagina WEB **SIN PAUTA EN LOS MOTORES O EN LA REDES SOCIALES**
8. Si es Una pagina WEB **QUE NO VENDE, NO SE COMUNIQUE, NO DE SERVICIO, etc.**

Contenido temático

1. La demanda de HOY, características del entorno
- 2. La construcción correcta de la Página WEB**
3. Gestión Comercial desde la Página web
4. Gestión Comercial desde las Redes Sociales
5. Consultas

REQUISITOS – PASOS DE LA WEB

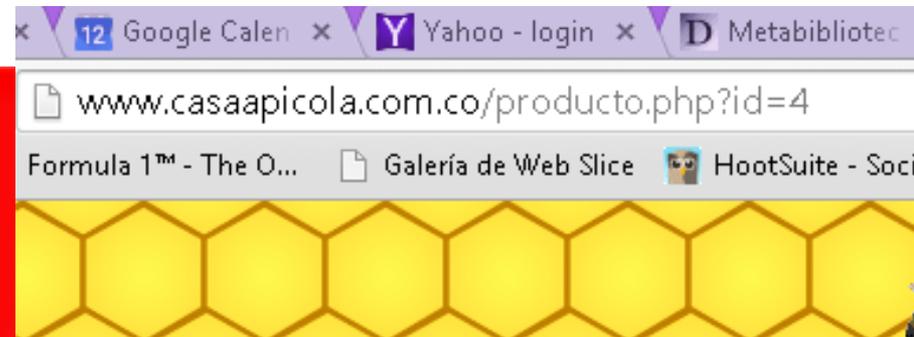
1. Búsqueda por el concepto o Producto
Caso: “miel de Abejas Bogotá”
2. Construcción de los nombres de los **minitags** asociados al concepto de búsqueda WWW.JUANKAMIEL.com
3. Construcción de los nombres de los **archivos** asociados al concepto de búsqueda [WWW.JUANKAMIEL.com/recolección de enjambres](http://WWW.JUANKAMIEL.com/recolección%20de%20enjambres)
4. Construcción de los nombres de las **imagenes** asociados al concepto de búsqueda WWW.apinal.com/alimentos

Orientada al SEO es:

1. Minitags

2. Archivos

3. Imágenes



```
</td>
  <a href=
    "productos/14/
    big/1.jpg" rel=
    "galeria"
    class=
    "eboxElement">
    <img src=
      "productos/
      14/1.jpg">
    </a>
</td>
```

Taller Google Adwords:

1

- Búsqueda de los posibles Conceptos de Búsqueda
- Interacción con el Usuario / Sondeo

2

- Uso de la Herramienta ADWords
- Herramienta Planificador de Palabras Clave

3

- Salvar los archivos Excel, sortear de Mayor a Menor
- Hacer un Documento Guía para el Diseñador de la Página Web

DESDE EL PUNTO DE VISTA GRÁFICO...

Variables: Repetir Menús, Múltiple Navegación

Nombres de Páginas **por Producto**
en cuanto a Imágenes, Banners, etc.

Incluir Actividades del usuario,
Factores del perfil / estilos de Vida.

Contenido temático

1. La demanda de HOY, características del entorno
2. La construcción correcta de la Página WEB
- 3. Gestión Comercial desde la Página web**
4. Gestión Comercial desde las Redes Sociales
5. Consultas

UN BLOG – Contenido y el Contenido Lleva a las VENTAS



ROLES DEL ADMINISTRADOR DE CONTENIDO (content manager)

CONTENIDO

DISCUSIONES /
INTERACCIÓN

MONITOREO
DE LA
ACTIVIDAD POR
RRSS

ADMINISTRADOR DE
CONTENIDOS = TARGET



GESTIÓN COMERCIAL “IN BOUND”

PAUTA EN GOOGLE
ADWORDS

PAUTA EN REDES
SOCIALES

PAUTA EN
APP'S

SEO



Formas de acceso al LEAD u Oportunidad:

1. Landing page / página diseñada especialmente para recibir los clientes ejemplo: formulario de toma de datos básicos del prospecto
2. Email específico ej. ventas@blomer.com.co
3. Call center: llámanos ya al teléfono de Bancoldex Línea de Servicio al Cliente

ELEMENTOS DEL E-COMMERCE

1. Página web orientada al SEO
2. Construcción correcta (minitags, archivos, imágenes)
3. Base de datos de Objetos y sus atributos (benchmarking: Tupperware.com)
4. Contratar servicio de pasarela de Pagos

Contenido temático

1. La demanda de HOY, características del entorno
2. La construcción correcta de la Página WEB
3. Gestión Comercial desde la Página web
4. **Gestión Comercial desde las Redes Sociales**
5. Consultas

HACERNOS CONOCER Y APARECER

1. Publicar la página en lo que sea gratis, ejemplo www.google.com/business
2. Aparecer en Directorios del Gremio y colocar allí nuestro link y RRSS
3. Nombres de los Usuarios de las Redes Sociales Serios y empresariales
4. Gestión diaria en las redes sociales

ELEMENTOS DEL OUT BOUND MKT

1. Estrategia comercial: qué vender
2. Base de datos
3. Permiso de enviar información (habeas data).
4. Metodología de Seguimiento UNO a UNO (CRM, Excel, Plataforma, Call Center).

Actividades Comerciales de una Empresa en LAS REDES SOCIALES



Participación en FOROS, Contenidos relacionados con su NEGOCIO, ejemplo hablar de DISEÑO si mi negocio son los MUEBLES.



Análisis del Valor Agregado del Producto para el Cliente, Re Diseño constante del Producto basado en sus OPINIONES.

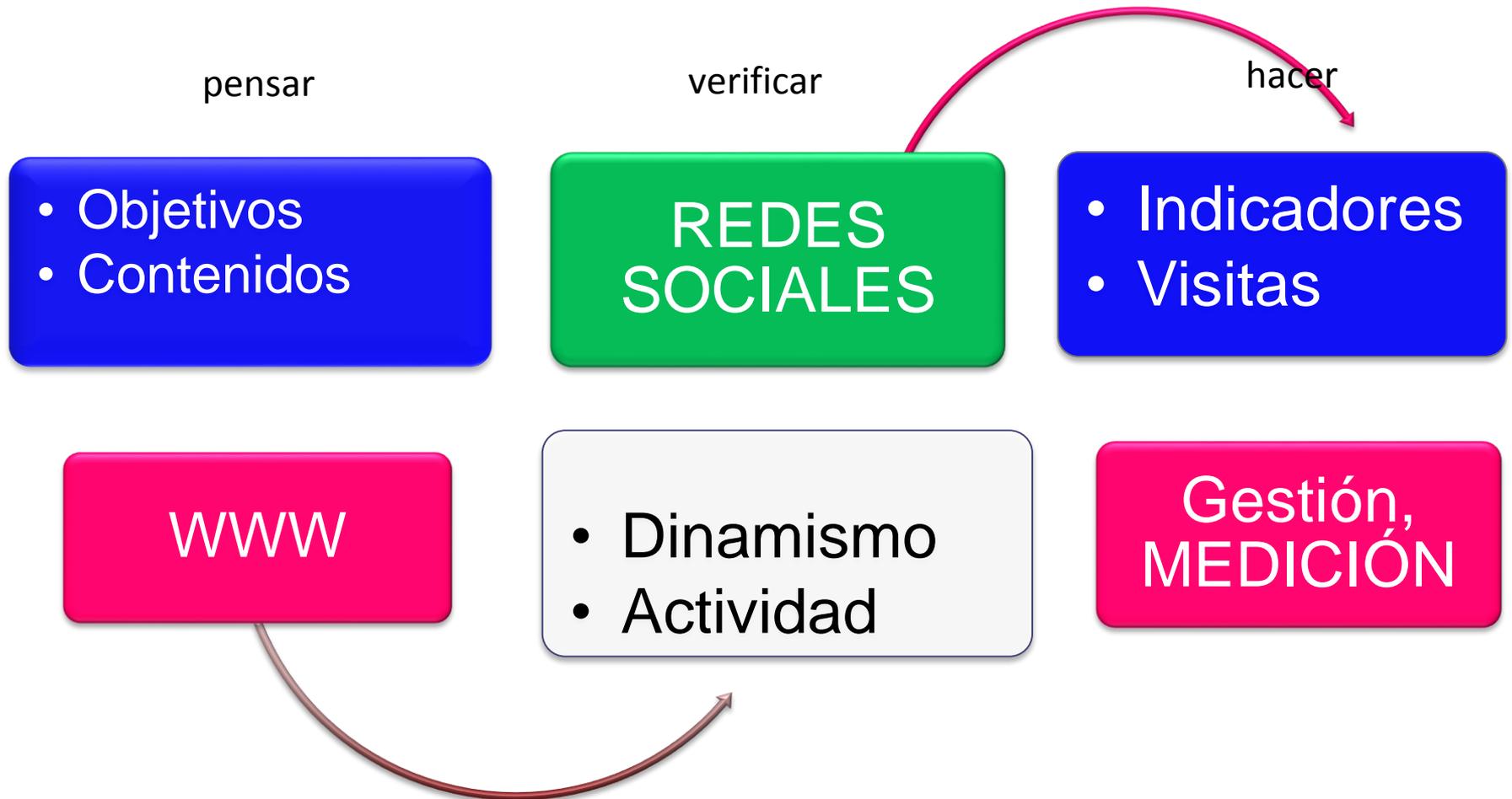


Generación de AUDIENCIA NATIVA, afiliados que escuchen en forma cercana mis actualizaciones y COMUNICACIONES.



Generación de Programas de Fidelización, Lealtad, Promociones, Programas de PUNTOS, CONCURSOS, estrategia promocional.

COMO PROCESO MENTAL:



DE LO ESTÁTICO (LETRAS) AL MOVIMIENTO

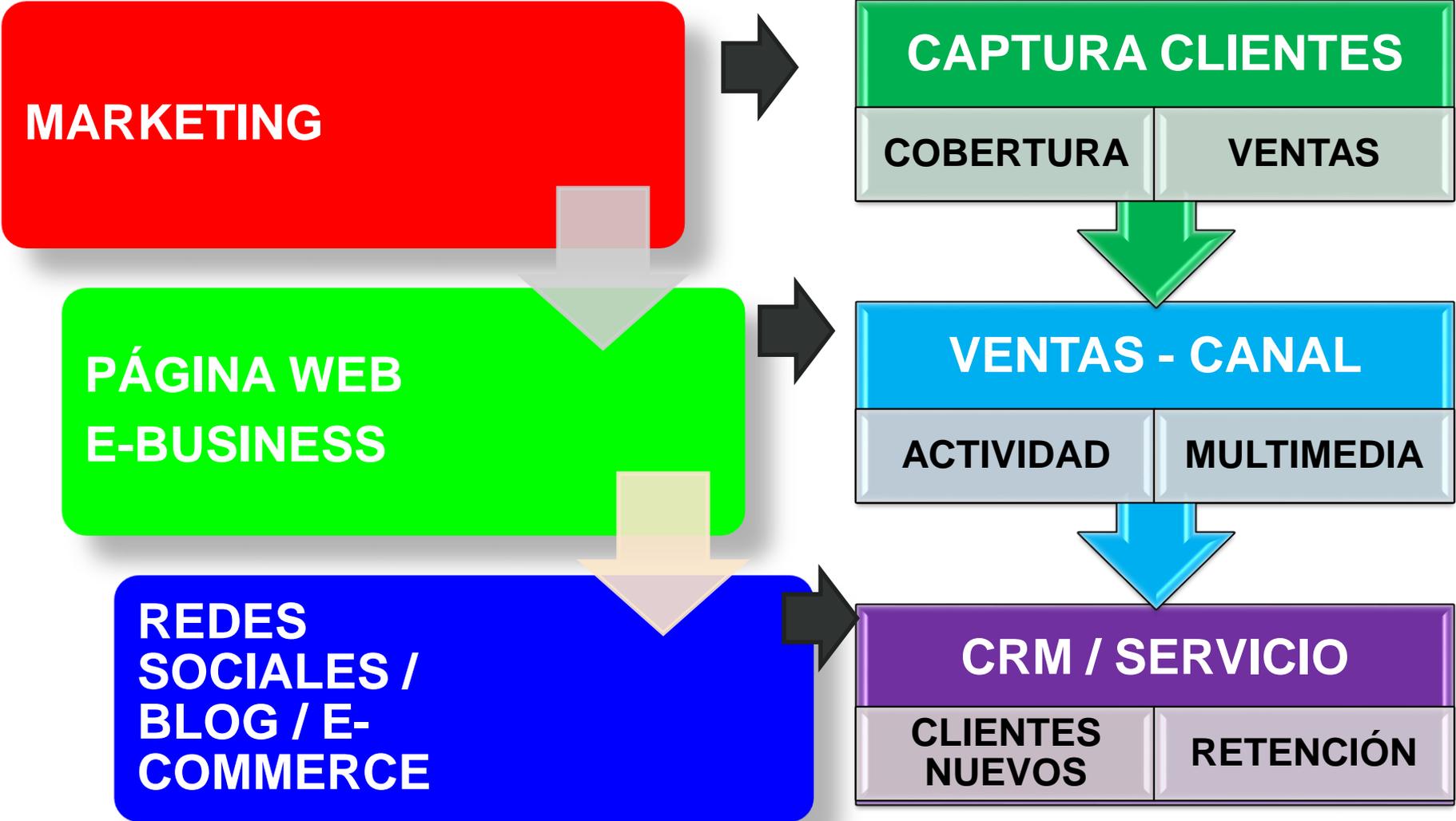


CELULARES
SMARTPHONE

4G

- **Infraestructura de banda ancha permite manejar mayores contenidos:**
 - Pautar en Medios Audio Visuales, plataformas nuevas ejemplo; APP's
 - La importancia de Youtube, LinkedIn, Facebook, Instagram
 - **Video Conferencias**
 - **Video blogs**

EFICIENCIA DEL PROCESO:



Recuerde.....

MARKETING

- VENTAS
- PROMOCIONES
- LEALTAD
- SERVICIO

PÁGINA WEB

- COMUNICACIÓN
- CANAL DE VENTAS
- INTERACCIÓN
- REDES SOCIALES
- ACTIVIDAD PROMOCIONAL

E-COMMERCE

- LEALTAD DE LA RELACIÓN
- CANAL ALTERNATIVO DE VENTAS
- PRESENCIA EM NUEVOS TARGET
- DESARROLLO MODELO

DESARROLLO RELACIÓN DEL CLIENTE

NO ES FACIL...ES UN TEMA NUEVO...

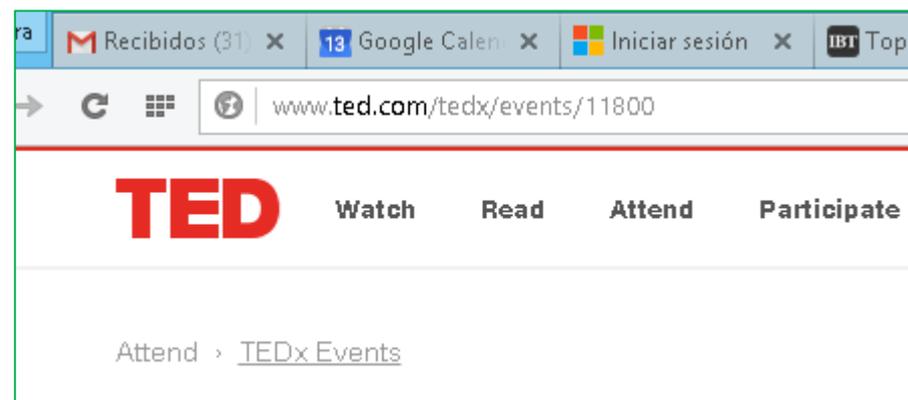
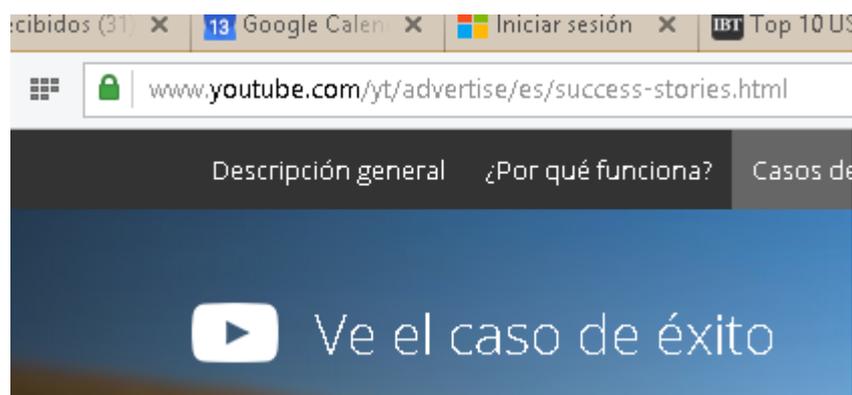
APRENDE **USTED**
MISMO EL **TEMA DE**
WEB Y REDES
SOCIALES

SE APRENDE A
UTILIZARLA
CON LOS CLIENTES Y
PROSPECTOS

SE **CRECE** se aprende,
se diseña **nuevamente** la
estrategia.

SE MODELA EL
NEGOCIO, **SE**
EJECUTA LA
ESTRATEGIA

CONSULTE CONSTANTEMENTE...



Online Marketing Latam

Comunidad de Profesionales de Marketing Online de Latinoamérica

- Principal
- Mi página
- Miembros
- Empleos
- Eventos
- Videos
- Cursos Online

Online Marketing Latam es la Red
Costa Rica de los Profesionales de

[Workshop LinkedIn](#)

Contenido temático

1. La demanda de HOY, características del entorno
2. La construcción correcta de la Página WEB
3. Gestión Comercial desde la Página web
4. Gestión Comercial desde las Redes Sociales
- 5. Consultas**

GRACIAS.

CESAR SARMIENTO NIÑO – CONSULTAS AL EMAIL
SARMIENTOCESAR@GMAIL.COM
SKYPE: CESAR.SARMIENTO
CEL. 3103299037

Síguenos en



- **Twitter: @Bancoldex**



- **Facebook**



- **Youtube**



GRACIAS

www.bancoldex.com