

## Contenido

1	Creación de una web internacional. La web 2.0. La tienda virtual. ....	4
1.1	Antecedentes. ¿Qué es Internet? .....	4
2	La Web 2.0.....	6
2.1	La Web 2.0 con ejemplos .....	7
2.2	Tecnologías que dan vida a un proyecto Web 2.0: .....	8
2.3	¿Para qué sirve la Web 2.0? .....	8
2.4	Web 2.0 no es precisamente una tecnología, sino es la actitud con la que se debe trabajar para desarrollar en Internet. ....	8
2.5	El Comercio Electrónico .....	9
2.6	Definición y características.....	12
2.7	Conceptos y Clases .....	13
2.8	Elementos principales del Comercio Electrónico.....	15
2.9	Distintas formas de Comercio Electrónico .....	20
2.9.1	Por la interrelación entre Consumidores, Administración, Empresa.....	20
2.10	Marketplaces.....	22
2.11	Banca electrónica .....	24
2.12	Operativa.....	24
2.13	Oportunidades para los proveedores y beneficios para los clientes, al utilizar el comercio electrónico.....	25
2.13.1	Presencia y elección global.....	26
2.13.2	Personalización y calidad en el producto o servicio.....	27
2.13.3	Tienda abierta 24 x 7 x 365 .....	27
2.13.4	Reducción de costes de gestión y de precios en el producto .....	28
2.14	Nuevas oportunidades de negocio. ....	28
2.15	Resumen: ventajas del E-COMERCIO sobre el comercio tradicional .....	29
2.16	La tienda virtual.....	29
2.17	Indicadores de éxito, en el comercio electrónico. ....	31
2.18	Factores para el éxito en el comercio electrónico a través de Internet. ....	31
2.19	¿Todos los productos son aptos para venderlos por Internet? .....	32
2.20	La confianza en el proveedor y la seguridad del pedido.....	34
3	Posicionamiento y marketing digital.....	36
3.1	Posicionamiento. Las Palabras Clave .....	36
3.2	Los contenidos deben ser buenos y renovados continuamente. ....	36

## Curso: Cómo vender por Internet

3.3	Cuidado con las penalizaciones. Hay que evitarlas.....	37
3.4	Alta en buscadores.....	38
3.5	Marketing digital.....	39
3.6	Marketing y ventas.....	40
4	Modelos de negocio digital.....	44
4.1	Para los proveedores:.....	44
4.2	Para los clientes:.....	44
4.3	Cliente individual, proveedor individual.....	45
4.4	Cliente individual, proveedores compitiendo.....	45
4.5	Cliente individual, proveedores en colaboración.....	45
4.6	Cientes compitiendo, proveedor individual.....	45
4.7	Compra en grupo: Clientes colaborando.....	46
5	La web para exportar.....	47
5.1	Para crear una Web internacional es conveniente seguir estos pasos.....	47
5.2	Pasos claves para generar una página Web.....	47
5.3	La Promoción de la Web.....	48

## 1 Creación de una web internacional. La web 2.0. La tienda virtual.

### 1.1 Antecedentes. ¿Qué es Internet?

Técnicamente se puede definir como una “**red de redes**”.

En muchas de las empresas actuales, los ordenadores están interconectados de forma que pueden compartir entre ellos archivos de datos, programas, impresoras y otros recursos. Normalmente, estas redes disponen de uno o varios ordenadores llamados servidores que son los que almacenan la información y controlan los periféricos a compartir. El resto de los ordenadores, llamados clientes disfrutan de estos servicios. Esta estructura de ordenadores Servidor / Cliente, es lo que se conoce por una red de ordenadores.

Entendido el concepto de red y su utilidad, podemos imaginar miles de redes de empresas, organismos públicos, universidades de todo el mundo, cada una proporcionando servicios y recursos a sus ordenadores clientes. Si se conectan estas redes entre sí mediante líneas de datos, se obtiene lo que se suele llamar una **red de redes**.

Pues bien, Internet es la mayor red de redes que existe en el mundo. Conecta a millones de ordenadores entre sí para intercambiar información y ofrecer múltiples servicios a usuarios de todo el mundo.

Internet es, por encima de todo, una **potente herramienta de comunicación** cuyas posibilidades dependen más de la imaginación de los usuarios que de sus posibilidades técnicas.

La red Internet ofrece muchos servicios útiles para particulares y empresas. Entre otras cosas nos permite:

- Dar a conocer nuestro negocio o actividad al mundo, mediante el servicio **World Wide Web** (páginas Web), el cual, mediante páginas multimedia (texto, gráficos y sonido) proporciona un escaparate atractivo, para una determinada empresa, abierto las 24 horas durante 365 días al año. Desde este escaparate una empresa puede crear sus propios servicios, desde donde ofrecer información sobre sus productos y servicios a clientes y proveedores.

## Curso: Cómo vender por Internet

- Utilizar el **correo electrónico** o e-mail, que permite el intercambio de mensajes de correo de una forma sencilla y muy rápida entre personas de otras empresas, clientes, proveedores, amigos, sin importar en qué parte del mundo estén. El uso eficaz del correo electrónico permite ahorrar mucho tiempo y dinero a sus usuarios ya que puede servir para pedir información sobre productos o servicios, aclaraciones, comentar temas de trabajo con colaboradores o simplemente estar en contacto con familiares o amigos de una forma rápida y económica.
- Establecer un **sistema de comunicación para las sucursales** de una misma empresa. La red Internet proporciona un medio de transporte de datos económico que puede ser utilizado para intercambiar información entre diferentes sedes o sucursales de una misma empresa.
- **Buscar información** para realizar una determinada tarea o trabajo. En Internet es posible localizar información sobre cualquier producto o tema que se nos ocurra. Internet nos proporciona acceso a miles de bases de datos con información sobre temas diversos, desde la literatura hasta la ciencia, desde los negocios hasta el entretenimiento.
- Tener acceso a los servicios de **Banca Electrónica**. La mayoría de Bancos y Cajas de Ahorros ofrecen servicios como consulta de cuentas, transferencias, operativa con tarjetas, fondos de inversión a través de la red Internet. Todo esto y, nuevos servicios que van apareciendo, es posible realizarlos desde cualquier ordenador con conexión a Internet sin necesidad de desplazarnos físicamente a nuestra entidad bancaria.
- Ahorrar tiempo en las **relaciones con la Administración Pública** gracias a los servicios que ésta ofrece: presentación impuestos, emisión de certificados, consulta de documentación y legislación.
- **Comercio Electrónico**. Comprar artículos de todo tipo en tiendas repartidas por todo el mundo. El uso de Internet está cambiando la forma de comprar y vender productos. Nos permite, antes de adquirir un determinado producto, acceder a sus características técnicas, precios, opiniones de otros usuarios que ya lo han comprado antes. Asimismo las empresas, a la hora de ofrecer sus productos, tienen que tener en cuenta que ya no solo compiten con otras empresas a nivel local sino que están abiertas a un mercado global en el que tendrán que luchar por ofrecer mejores precios y servicios que el resto.
- **Acceso** prácticamente inmediato a **noticias y artículos** publicados en los medios de información de cualquier parte de mundo.

## 2 La Web 2.0

La llamada Web 2.0 ha aportado un nuevo mundo de posibilidades para el intercambio masivo de información entre los usuarios de Internet, sea cual sea su perfil.

Las redes sociales, blogs, foros, etc. permiten a cualquier usuario publicar información y contenidos multimedia para que sean accedidos por millones de usuarios.

### El panorama de la Web 2.0

- Web 2.0 está ganando cada vez más aceptación en los negocios
  - El 56% de los negocios tienen planes para la Web 2.0
  - Las compañías con más de 1.000 empleados gastaron 764 M\$ en Web 2.0 en 2008
  - La predicción para 2013 es de 4.6 billones de dólares
- Los departamentos de TI no están preparados
  - Los sistemas de seguridad tradicionales solo ofrecen dos opciones con sitios Web 2.0:
    - ◆ ON – permite el acceso a cualquier contenido en el sitio Web
    - Riesgos para la seguridad, productividad, responsabilidades legales, consumo de ancho de banda
    - ◆ OFF – bloquea el sitio Web cualquiera que sea su contenido (REDES SOCIALES Y FOROS)
    - Puede impedir el desarrollo de nuevas iniciativas de negocio y frustrar a los usuarios

La Web 2.0 es la representación de la evolución de las aplicaciones tradicionales hacia **aplicaciones Web enfocadas al usuario final**. El Web 2.0 es una actitud y no precisamente una tecnología.

La Web 2.0 es la transición que se ha dado de aplicaciones tradicionales hacia aplicaciones que funcionan a través del Web enfocadas al usuario final. Se trata de aplicaciones que generan colaboración y de servicios que reemplazan las aplicaciones de escritorio.