



dico

DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS

Fichas temáticas

Gobierno del Principado de Asturias

CONSEJERÍA DE INDUSTRIA, EMPLEO
Y PROMOCIÓN ECONÓMICA

CTIC 
centro tecnológico

Es una herramienta gratuita y fácil de usar con la que
empresas y organizaciones
pueden gestionar su presencia online en los
productos de Google, como la Búsqueda y Maps



¿Para qué sirve Google My Business?



Para aparecer
en las búsquedas locales



Aparecer en
Google Maps



Mejorar el posicionamiento
de tu web



Visibilidad en
dispositivos móviles



Mostrar productos,
novedades, ofertas



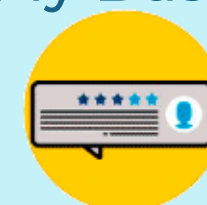
Disponer de un
sitio web gratuito



Consejos para aprovechar al máximo Google My Business



Crea un buen
perfil



Cuida las reseñas
de tu negocio



Completa el
horario comercial



Describe correctamente
tu negocio



Elige correctamente
las categorías



Añade fotos de tu negocio
y de tus productos



Comparte las novedades
de tu negocio

¿Cómo empezar? ¡Es muy fácil!



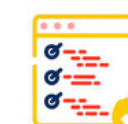
Tienes que tener una
cuenta de Gmail



Accede a
www.google.es/business/



Haz click en
Gestionar ahora



Completa la información
de tu negocio



Whatsapp Business es una app gratuita para Android y Apple que permite a los pequeños y medianos negocios conectar de forma instantánea con sus clientes



Funciona igual que el WhatsApp que ya conoces pero te da nuevas funcionalidades, como el poder asociarlo a un número fijo



Perfil de empresa:

con tu logo, dirección, ubicación en el mapa, categoría, descripción y hasta tu horario de apertura.



Catálogo de productos

Puedes tener un catálogo con hasta 500 productos en tu perfil, con su precio y descripción.



Etiquetas

Organiza a tus contactos utilizando distintas etiquetas, y utiliza luego este etiquetado para poder enviarles el mismo mensaje.



Respuestas rápidas

Guarda todas esas respuestas y avisos que envías frecuentemente a tu clientela para no tener que escribir lo mismo cada vez.



Mensajes automatizados

Programa mensajes para que WhatsApp Business responda automáticamente a tus clientes.



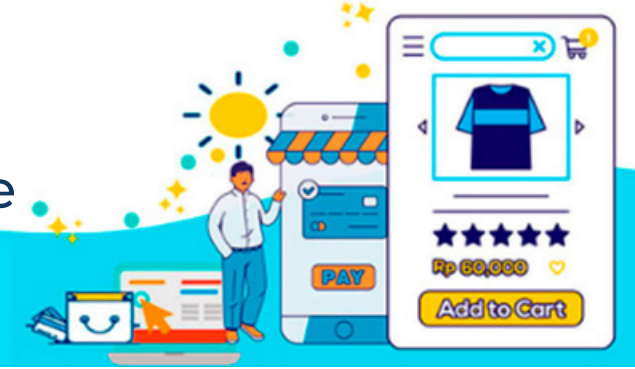
Enlace directo y código QR

Obtén un enlace o un código QR para que, cuando tus clientes lo utilicen desde su Smartphone, WhatsApp se abra automáticamente con un chat para ti.





Una plataforma de venta online consiste en un sistema o software diseñado para permitir la realización de compras y ventas a través de Internet



No existe una plataforma mejor o peor para vender online
Lo que sí podemos encontrar es una solución de ecommerce que se adapte más a lo que nuestro negocio necesita



- Plataformas de terceros, en los que pagas por usar el servicio
- A veces va acompañado de servicios adicionales como web o logística



- Se usan plataformas de comercio electrónico para construir tu propia tienda independiente

- Son sitios Web que reúnen una gran cantidad de compradores y vendedores como un intermediario, el equivalente digital a un centro comercial

- Vender en Redes sociales, aplicaciones
- Otros canales. Whatsapp, Facebook, Instagram...



El ofrecer productos y servicios a través de Internet implica la obligación de cumplir con una serie de requisitos legales



LOPD Y GDD

Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales.

1 -Incluir información clara, concisa, y de fácil acceso para los usuarios sobre quién usará sus datos, para qué, si se van a ceder a terceros o transferir a otros países, su plazo de conservación, cómo ejercer sus derechos (Acceso, Rectificación, Cancelación, Oposición, Portabilidad, Limitación y Derecho al olvido)

2 -Obtener el consentimiento explícito de los usuarios y poderlo acreditar

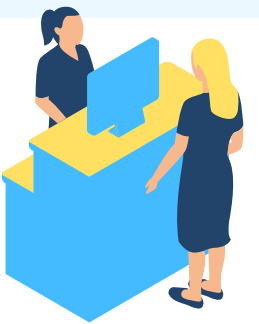


LGDCU

Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios

1-Incluir información entendible sobre las características y precios de los productos o servicios, incluyendo, posibles costes adicionales, formas de pago, formas y plazos de entrega, servicio posventa y atención al cliente, garantías, devoluciones y cambios, desistimientos, acceso a la Plataforma Europea de Resolución de Litigios en Línea...

2 -Obtener del cliente la aceptación expresa de las condiciones antes de que realice la compra



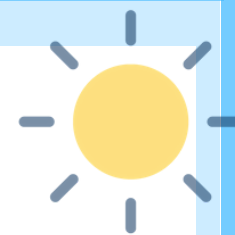
LSSICE

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico

1 -Añadir información clara sobre el titular de la tienda (denominación social, domicilio y NIF/CIF).

2 -Mostrar información sobre los trámites a seguir para realizar la compra

3 -Enviar una confirmación electrónica de la compra en el plazo de 24 horas tras su realización



COOKIES

(LOPD y GDD + LSSICE)

1-Ofrecer información clara y completa sobre las cookies utilizadas y para qué se usarán

2 -Obtener el consentimiento explícito del usuario para usarlas



¿ Que debemos de tener en cuenta para vender por internet?

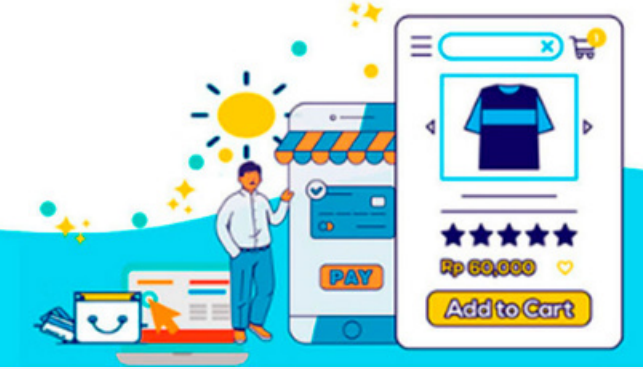


- Quién es el cliente, comportamientos de compra, canales que usa...
- Qué le ofrezco, propuesta de valor, diferenciación, competencia...
- Cómo se ejecutan los procesos y comunicación
- Por qué el modelo es económicamente rentable

- UI - Interfaz de usuario
- UX - Experiencia de usuario
- Pasarela de pago
- Modelo logístico
- Análisis y gestión



El objetivo es claro: convertir al visitante que llega a nuestra web en comprador



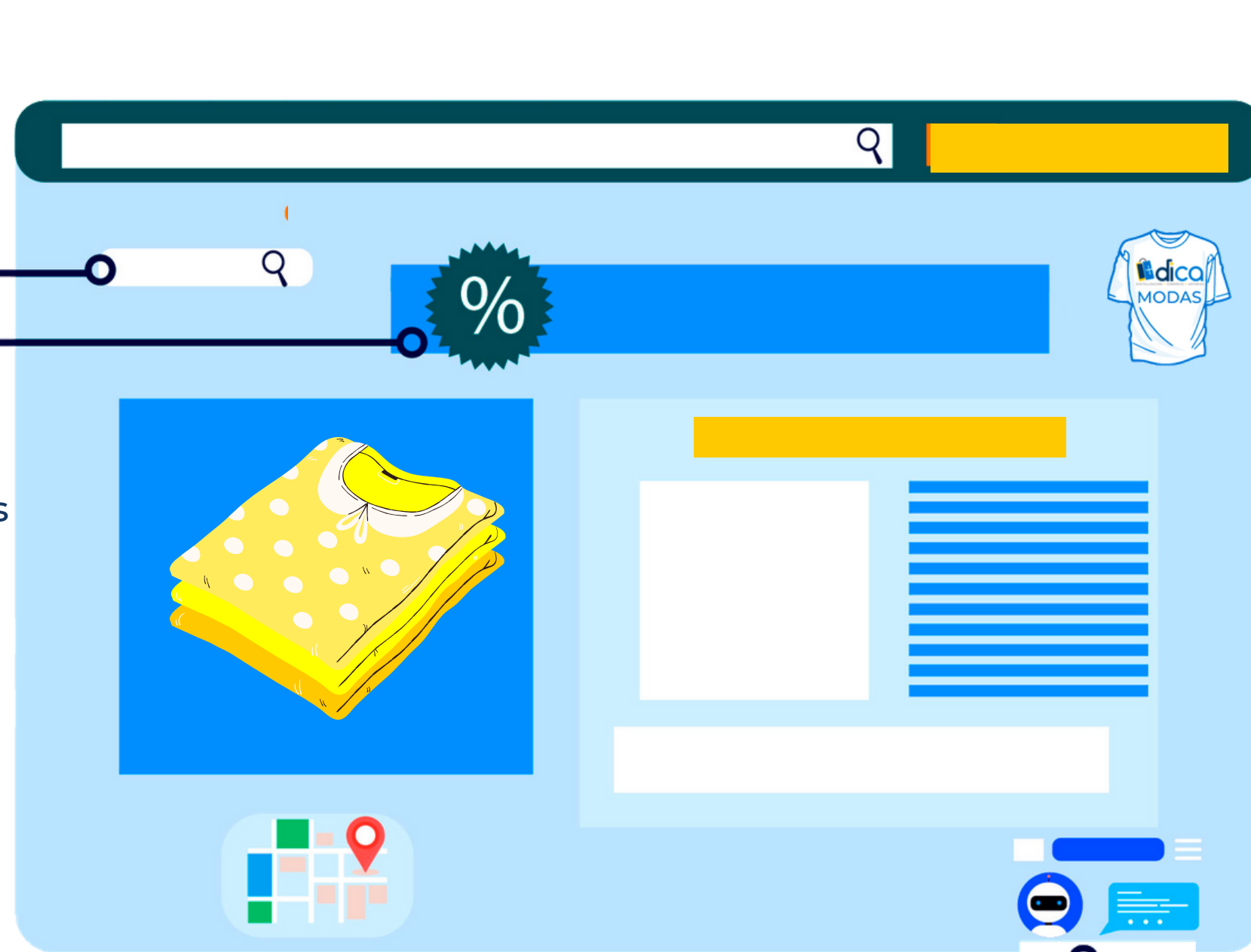
Elementos importantes de la home

Buscador de productos

Imagen de marca

Promociones y ofertas

- Quienes somos
- FAQ´s
- Chatbots
- Opiniones de usuarios
- Aspectos legales



Generación de confianza

Arquitectura web



Sencillez



Generar confianza



Logística



Incitar a la compra



Catálogo amplio y bien definido

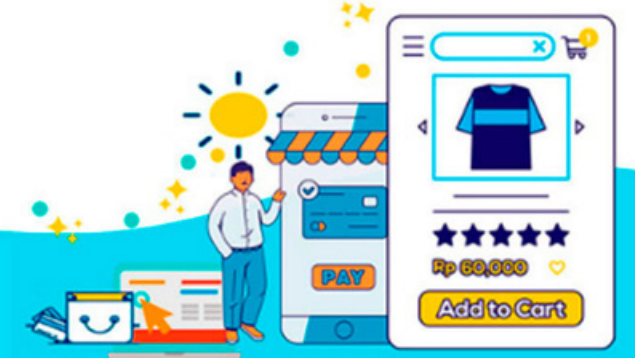


Métodos de pago

Proceso de pago

- Debe quedar claro el coste total
- Ofrecer las máximas opciones de pago
- Permitir comprar sin necesidad de registrarse
- Permitir realizar el pedido con los datos mínimos del cliente
- Dejar claro las condiciones de compra y políticas de devolución
- Resolución de dudas y problemas siempre visible con varias opciones

Plataformas de pago para los clientes que han sustituido a métodos tradicionales de cobro



bizum

amazon pay

Apple Pay

Pay

twyp

verse

PayPal

PayPal

- Posibilidad de pago con la App o uso como pasarela de pago
- Permite doble autenticación, genera confianza inmediata en el visitante
- Ventas rápidas

bizum

- Muy extendida entre jóvenes
- Pago ágil y rápido
- Aplicación segura, doble autenticación

Pay

- Checkout rápido
- Gratuito para el comercio
- Aplicación segura, permite doble autenticación

Apple Pay

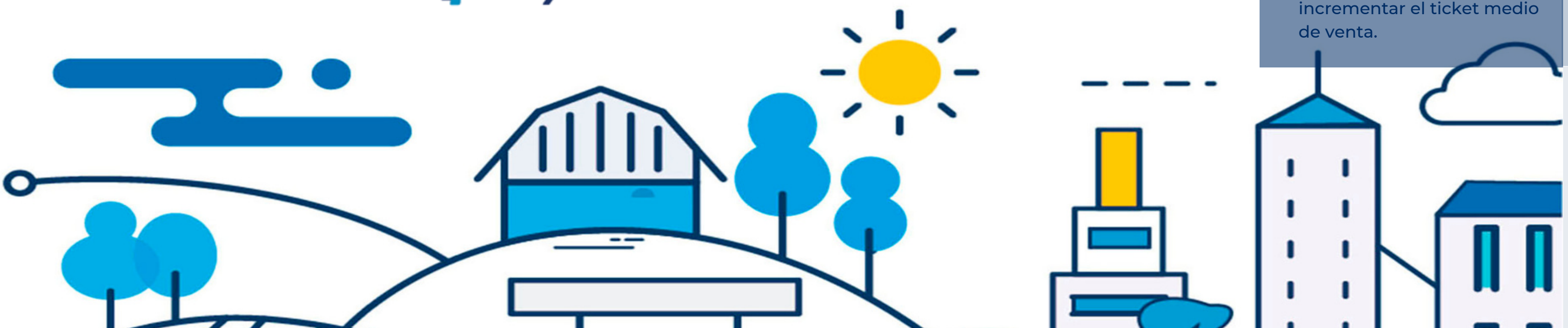
- Pago on-line o físico
- Autenticación mediante huella dactilar Touch Id de seguridad elevada
- Interesante para incrementar el ticket medio de venta.

amazon pay

- Seguridad avanzada
- Si es cliente de Amazon el pago es muy sencillo, tan solo tres pasos
- Tarifa fija por operación más porcentaje de importe de venta

twyp

verse





Las imágenes nos proporcionan una forma visual de transmitir un mensaje.
Pero no siempre es fácil encontrar la imagen adecuada que tenga éxito en la participación visual

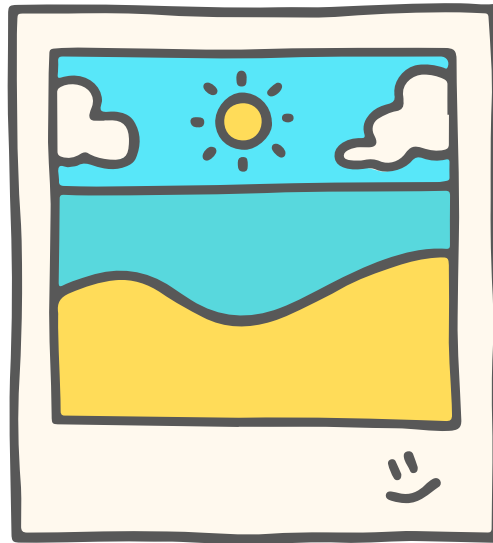


¿Por qué son importantes?

Crean
BRANDING
=
Marca

Viralidad

Muy
rápidas
de
consumir



Ayuda en el
posicionamiento
SEO

Contenidos
más
atractivos

Derechos de autor

- Las imágenes pueden estar protegidas por derechos de autor
- Antes de usar una imagen que no es nuestra debemos comprobar si podemos hacerlo. Revisa la licencia CC



Busca imágenes con licencia Creative commons o libres de derechos

¿Cómo obtener imágenes?



Bancos de imágenes



Hazlas tú mismo



Fotógrafo profesional

Herramientas de creación



Adobe Spark
UserVoice
"Help us make it even better!"



PIKTOCHART
Picture the Difference



El videomarketing es la técnica de marketing en la que se utilizan los medios audiovisuales para promocionar una marca, un producto, un servicio




Ideas de contenidos para videomarketing



Ventajas del videomarketing

- Aumenta las ventas de la tienda online
- Incrementa el número de personas a las que llega tu publicación
- Crean BRANDING = Marca
- Generan emociones
- Mayor interacción en las redes sociales
- Ayuda en el posicionamiento SEO (mejorarás tu visibilidad en buscadores)

Datos curiosos



El 90% de los consumidores dice que el vídeo les ayuda a tomar decisiones de compra

El 50% de los usuarios de Internet buscan vídeos relacionados con un producto o servicio antes de buscarlo en la tienda

El 87% de los negocios usaron el video como una herramienta de marketing durante el año pasado



Social Selling: utilización de los medios sociales para relacionarse, crear branding, obtener oportunidades y, en definitiva, conseguir clientes a través de las Redes Sociales



Puesta en marcha de la tienda de Facebook



Requisitos comerciales

Para vender en las plataformas de comercio de Facebook como empresa debes cumplir con los siguientes requisitos:

- Cumplir con las políticas comerciales de Facebook
- Representar tu empresa y dominio
- Estar en un mercado admitido
- Demostrar confiabilidad
- Proporcionar información correcta y seguir las prácticas recomendadas



Datos curiosos



Los españoles pasan de media 2 horas al día en las redes sociales



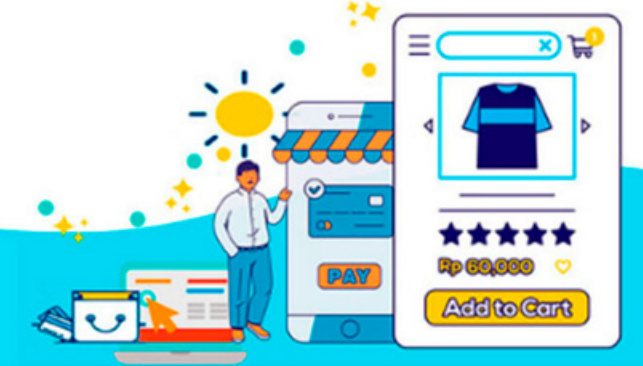
Facebook es una de las Redes Sociales más utilizadas en España.



El 87% de los usuarios activos de Redes Sociales utiliza Facebook



El 75% de los consumidores han comprado algo después de haberlo visto en redes sociales

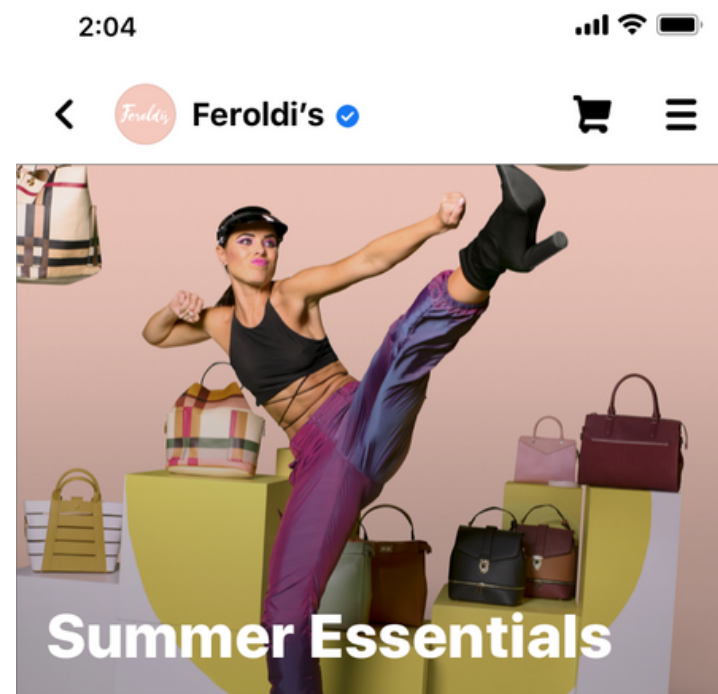


Son muy sencillas de configurar y de usar, se cargan más rápido que un sitio web y te permiten tener una presencia mundial.



Las tiendas destacan tu marca y los productos en una experiencia nativa para móviles

Las tiendas en Facebook



Kick your summer style into high gear.



Las tiendas brindan una presencia unificada en Facebook e Instagram



Puedes crear colecciones para personalizar tu tienda y atraer clientes



Una tienda te permite inspirar a los clientes y ayudarlos a encontrar los productos adecuados para ellos.

Recomendaciones previas



Tener una página de empresa



Optimizar la información de la página:

- Personalización de imagen de perfil y portada
- Información completa y veraz
- Personalizar la URL de la página creando un nombre de usuario
- Crear un botón de llamada a la acción



Publicar de forma habitual



Tener algunos seguidores

¿Qué es el marketplace de Facebook?

Una plataforma en la que puedes encontrar un listado de productos y servicios filtrados por áreas geográficas, categorías y precios.

Pone en contacto a compradores y vendedores para que puedan concretar transacciones comerciales a través de Messenger y comentarios.

Cuando vendes algo en Marketplace, se crea un anuncio público que puede ver cualquier persona en Marketplace, en la sección de noticias, en la búsqueda y en otros lugares, dentro o fuera de Facebook.

Todos los anuncios de Marketplace deben cumplir con las Políticas de comercio.



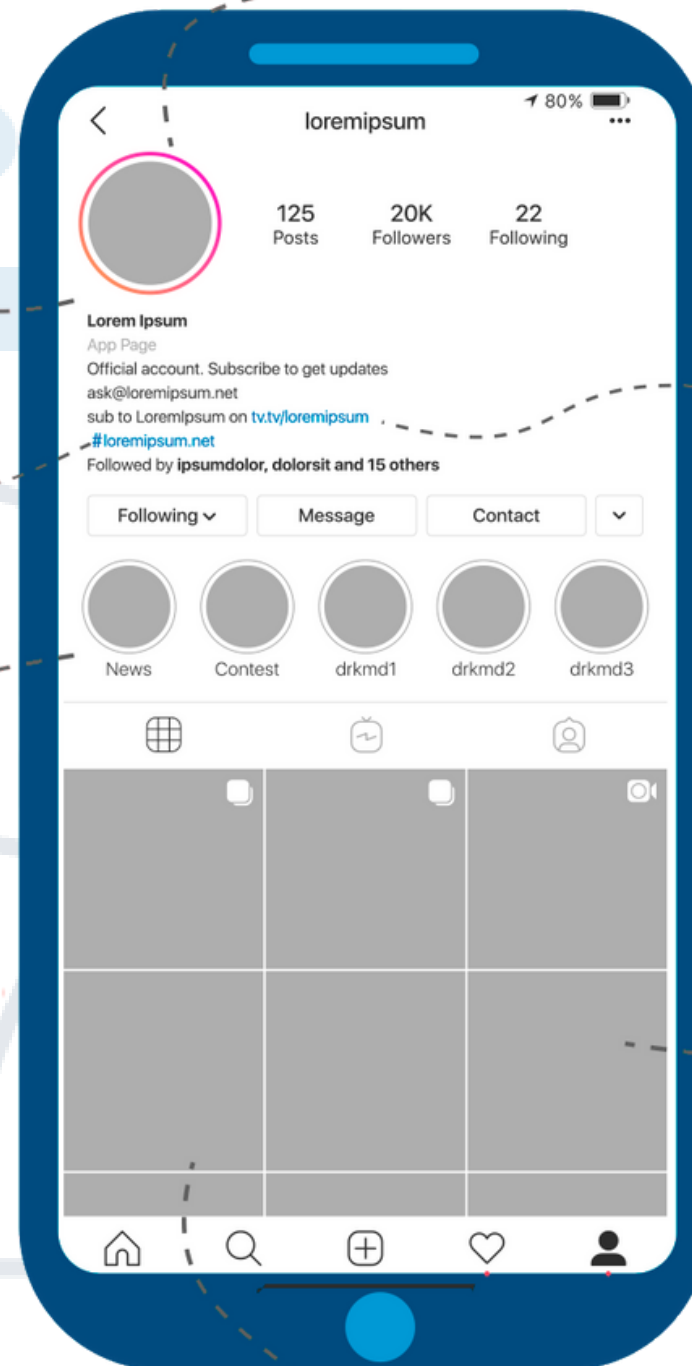
Consejos para tener un buen perfil de empresa

Logotipo y nombre de tu empresa

Crea una bio completa

Utiliza #Hashtags propios

Instagram Stories, para presentar productos o negocio



Enlaces personalizados

Publica contenido de calidad

No te limites a compartir productos, ¡Interacciona!

¿Qué nos permite una cuenta de empresa?



Estadísticas



Anuncios



+10.000 Suscriptores



Botón de llamada a la acción



Shoppable Post Post dónde se puede comprar



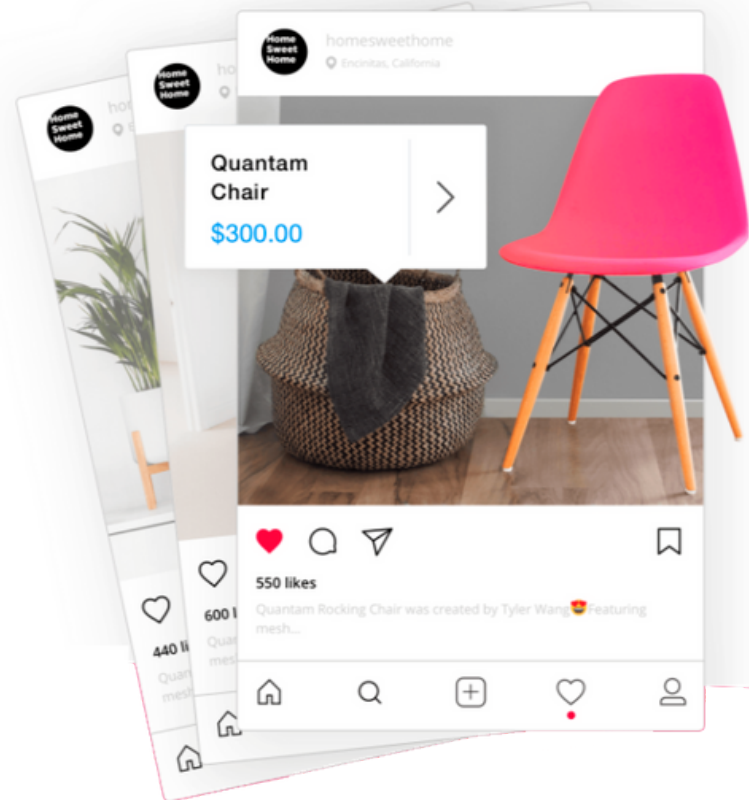
Enlaces en Instagram Stories

Requisitos Instagram Shopping

- Tener una cuenta de empresa en Instagram
- Tener vinculada la página de Instagram y la de Facebook
- Tener un mínimo de 9 publicaciones
- Vender productos físicos
- Tener descargada la última versión de Instagram
- La cuenta empresa debe de estar conectada a un catálogo de Facebook



Instagram Shopping, permite a las empresas etiquetar sus productos en sus publicaciones y ofrece a los usuarios la posibilidad de comprarlos de forma sencilla.



En Instagram Shopping solo podemos vender productos físicos, no servicios o productos digitales.

Tus seguidores de Instagram podrán pinchar en tu publicación y comprar un producto específico directamente en tu Web, sin necesidad de buscarlo.

Pasos para activar Instagram Shopping

1

Ve a tu perfil de Instagram y haz clic en «configuración»

2

A continuación, ve a «compras» y «continuar»

3

Selecciona el catálogo de productos, que quieres conectar a tu perfil de empresa de Instagram

4

Finalizamos haciendo clic en «listo»

Etiquetar productos

1. Sube una fotografía, añade el texto y los filtros que desees
2. Haz clic sobre el producto que quieras etiquetar
3. Escribe el nombre de los productos a etiquetar
4. Obtener vista previa de estos productos etiquetados
5. Finalmente, haz clic en “listo” y “compartir”

Stories

- Un sticker de producto por historia con filtros, colores, etc.
- No podemos editar stories que ya han sido publicadas, pero sí editar stories antiguas y volverlas a subir con información actualizada.

Requisitos para poder usar Instagram Shopping

- Descarga la última versión de Instagram y configura tu página de Instagram como perfil de empresa
- Crea una página de Facebook para empresas
- Vincula tus páginas de Facebook e Instagram
- Perfil de empresa sincronizado con el catálogo de productos de Facebook
- Debes tener en Facebook dicho catálogo de productos integrado, configurado y activo
- Vender productos y tener al menos 9 fotos en tu feed



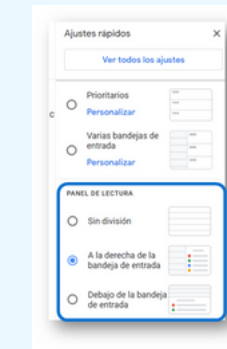
Descubre el potencial de Gmail



Acceso a otros servicios de Google como calendario, Drive y Fotos, YouTube, etc.

Es posible ajustar el tamaño y densidad de los elementos de la bandeja de entrada, para poder ver más o menos elementos, con mayor o menor detalle, etc.

¿Qué debes tener en cuenta?



Paneles de vista previa



Bandeja de entrada



Otras bandejas



Vista de conversación

Gmail ofrece la posibilidad de deshacer un envío tras mandar un mensaje con un margen de hasta 30 segundos



Capacidad del buzón: 15 GB compartida con los servicios Google Drive y Google Fotos

Gmail

Respaldo en caso de incidencias en el servicio, problemas con la conservación de los mensajes, etc.

No te olvides de:

- Mensajes destacados, importantes, pospuestos y archivados
- Etiquetas, filtros y firma
- Archivos de drive, plantillas, redacción inteligente, programar correos y respuestas automáticas



Descubre cómo puedes vender y atraer a tus clientes utilizando formularios



¿Para qué podemos usarlos?



Solicitar datos personales o de contacto para envío de campañas de marketing



Calendario de citas para atender a nuestros clientes de forma ordenada



Utilizarlos como elemento de venta y cobro de nuestros productos

Encuestas para recabar la opinión de nuestros clientes

Comunicar la realización de eventos y permitir la inscripción en ellos

Google Forms

1. Google Forms pone a nuestra disposición plantillas modificables
2. Podemos enviarlo por correo electrónico
3. Podremos copiar el link para enviarlo por cualquier aplicación de mensajería
4. Podremos copiar el código HTML e insertarlo en nuestra web o blog
5. Compartirlo en nuestras redes sociales
6. O en cualquier otro medio por QR
7. Las respuestas a nuestro formulario podemos visualizarlas en el apartado Respuestas o en la hoja de cálculo vinculada al mismo

JotForm

1. JotForm nos ofrece más de 10.000 plantillas modificables para nuestros formularios
2. Haciendo click en la zona de productos podremos configurar los productos
3. Configurar la pasarela de pago

Microsoft Forms

1. Microsoft Forms nos permite visualizar el aspecto del formulario tanto en pc como en teléfono durante su elaboración
2. Permite convertir los formularios en multilinguaje



Reservio

JotForm

Reservio vs Jotform



- Ventajas principales de las reservas online:
- Gestión sencilla del servicio de citas
 - Reservas disponibles 24/7
 - Muchas maneras de hacer reservas online
 - Menos distracciones para ti



Plantillas

Solo para las versiones PRO y Standard

+2550

Reservas gratis

Pack inicial gratuito con costes según funcionalidades

Pack inicial gratuito con costes según funcionalidades

Compartir el link

Desde el menú Promocionar, genera un link que podemos compartir

Enlace directo del formulario

Notificaciones por SMS

Lotes de mensajería confirmación, modificación y recordatorio de citas.

NO

Agendas de varios profesionales

Se puede escoger la persona que nos atiende según la configuración.

NO

Mensajes personalizados

Solo para las versiones PRO y Standard

Se pueden configurar como respuesta a los mails

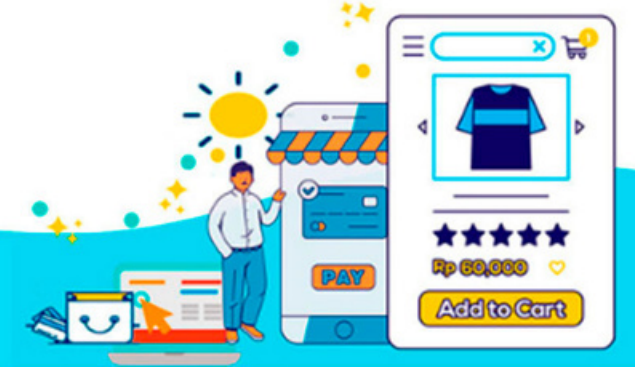
Importación e importación de datos

Desde Gmail o un archivo CSV y exportarlos a un PDF o a un archivo CSV.

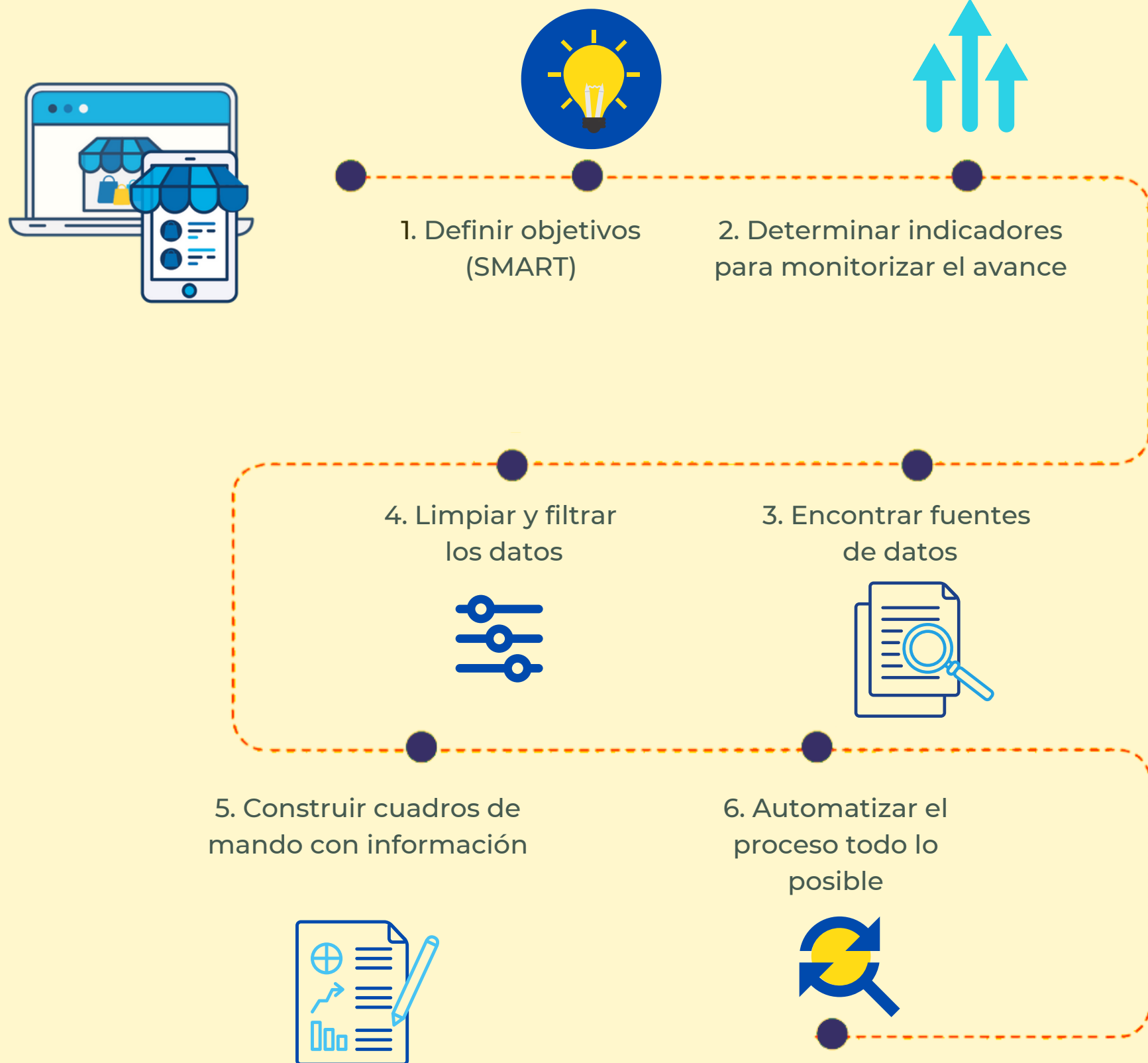
Exportar a un PDF o CSV.

ANÁLISIS DE DATOS EN ECOMMERCE

La finalidad del análisis de datos en ecommerce, es mejorar el conocimiento de los clientes, para tomar decisiones basadas en datos



¿Cómo empezamos?



Indicadores útiles

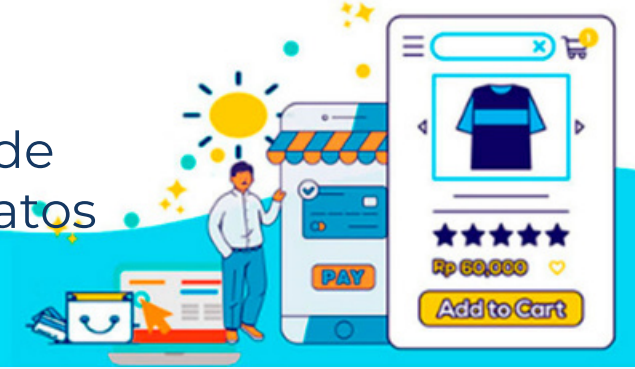
- Relativos a las ventas**
(Familia, fecha, producto, canal, productos juntos...)
- Analítica web**
(Visitas, conversión, búsquedas, abandonos...)
- Posicionamiento**
(Posición media, términos,...)
- Clientes**
(Coste de adquisición, grado de satisfacción, intereses, características,...)
- Marketing**
(Seguidores, alcance, interacción, retorno,...)

Herramientas de medición de KPIs

- Plataforma de tienda online
- CRM
- Google Search Console
- Programa de facturación
- Google Analytics



Cómo utilizar hojas de cálculo para nuestras principales operativas de negocio. como recopilar, ordenar, organizar, analizar y visualizar los datos de nuestro negocio.



Principales funciones del excel

| | |
|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Suma | Función que agrega los valores de las celdas indicadas en los argumentos |
| Sí | Función para devolver un valor si una condición es verdadera y otro valor es falso |
| Buscar o consultar | Función para encontrar elementos en una tabla o en un rango por filas |
| Coincidir | Función para buscar un elemento en un rango de celdas y obtener la posición relativa al elemento del rango |
| Concatenar | Función para enlazar varias constantes o contenidos de celdas |
| Días | Función para devolver el número de días entre dos fechas |
| Día, mes, año | Función para devolver el número de días entre dos fechas |
| Encontrar y encontrar B | Funciones que buscan una cadena de texto dentro de una segunda cadena y devuelven el número de la posición inicial |
| Extraer | Función que extrae un número determinado de caracteres desde una posición dada del contenido de una celda |

- ### Atajos de excel
- Ctrl + C: copia el texto seleccionado
 - Ctrl + X: corta el texto seleccionado (para pegarlo posteriormente)
 - Ctrl + V: pega el último texto copiado
 - Ctrl + Alt + G: abre un cuadro de pegado de datos especial
 - Ctrl + N: pone en negrita el texto seleccionado, o bien activa la negrita
 - Ctrl + K: pone en cursiva el texto seleccionado, o bien activa la cursiva
 - Ctrl + S: subraya el texto seleccionado, o bien activa el subrayado
 - Ctrl + E: selecciona todo el texto del documento
 - Ctrl + <: disminuye el tamaño de la fuente
 - Ctrl + Mays + >: aumenta el tamaño de la fuente

- ### Usos de las hojas de cálculo
- Listas
 - Calendarios
 - Control stock (inventario)
 - Control de ingresos y gastos
 - Facturación
 - Presupuestos
 - CRM

Aplicaciones de hojas de cálculo

Microsoft Excel

Numbers

Google Sheets

Calc

Apache OpenOffice Calc

Optimizar tu web para que aparezca en las primeras posiciones de los buscadores.
Si apareces en las primeras posiciones, tendrás más visitas.
Si tienes más visitas, tendrás más ventas



Factores clave



Palabras clave

Son fundamentales para que te encuentren los buscadores, se tienen que poner en: metadatos, encabezados, urls y lugares estratégicos



Estructura web

Tiene que ser fácil y amigable para los visitantes y los buscadores



Backlinks y enlaces internos

Es conveniente que nuestra web tenga enlaces externos e internos de calidad



Velocidad de carga

Tenemos que optimizar los elementos de la página web para que cargue lo más rápido posible



Seguridad SSL - HTTPS

Es muy importante que esté activo, sobre todo en el comercio electrónico



Diseño responsive

La página web debe de ser responsive para que pueda ser visualizada correctamente en cualquier dispositivo



Herramientas SEO



Google Search Console



Google Analytics



Google Ads



Google Trends



Semrush

¿Qué debes evitar?

- Contenido duplicado: no repitas textos
- Canibalizaciones: evitar que varias páginas estén posicionándose por términos muy similares
- Mala experiencia de usuario (UX): tu objetivo es tu cliente
- Enlaces tóxicos: analiza quién te enlaza

¿CÓMO MEJORAR LA TASA DE CONVERSIÓN DE UNA WEB ?

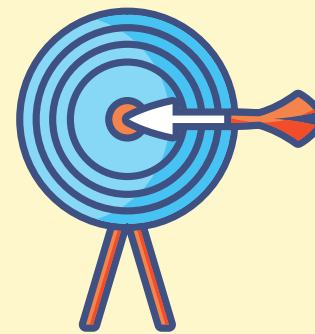
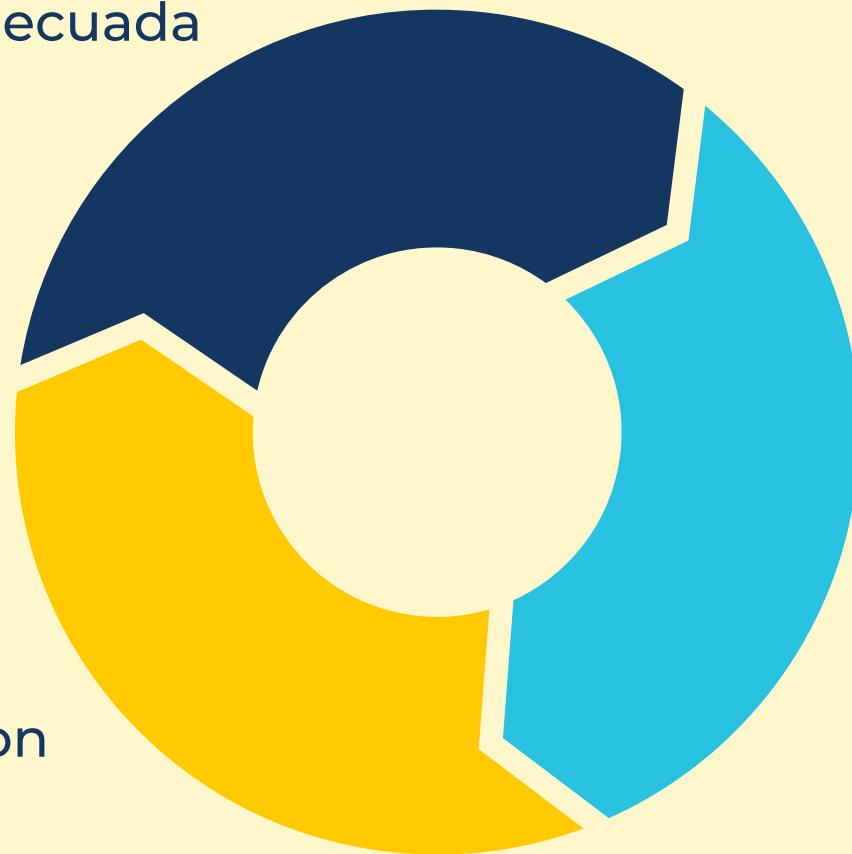
Cuando un usuario de nuestra Web realiza una acción que conlleve la consecución de alguno de los objetivos que nos hayamos marcado en nuestra Web (venta, reserva, descarga...) se conoce como conversión



Recomendaciones



Estrategia SEO adecuada



Publicidad correctamente segmentadas



Captar tráfico con una mayor intención de compra

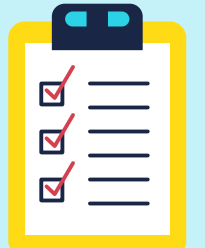
¿Qué debes evitar?



Problemas de usabilidad Web



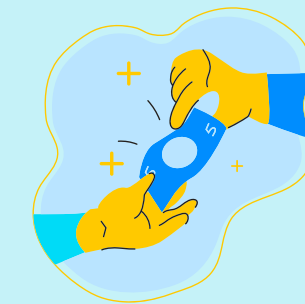
Web no transmite confianza



Formularios largos y con datos personales



Descripciones incompletas



No disponer de los medios de pago adecuados

Herramientas para detectar los problemas de la tasa de conversión



Google search console



Google Analytics



Data Studio



Optimize



Hotjar



Yandex



Atención al cliente



Socios y/o proveedores



Ventas



Publicidad



Gestión interna



Formación

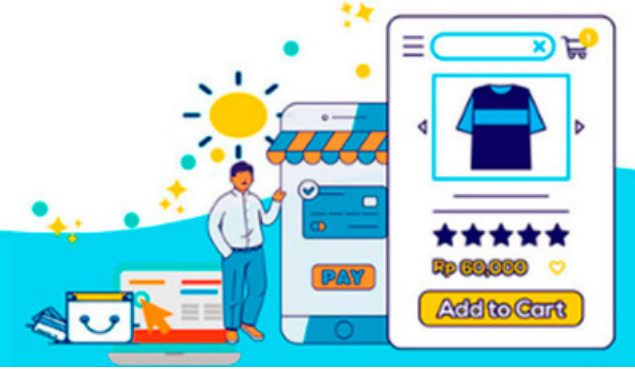


Capacidades para adaptarse al mundo actual

- Tecnología para adaptarse a las necesidades del cliente
- Especialización y mejora continua del negocio
- Captación y analítica de datos
- Optimización de costes y maximización de ingresos
- Eficiencia y cooperación en procesos comunes (alianzas)
- Sostenibilidad y economía circular
- Formación continua



En las últimas décadas, pocos sectores han experimentado una evolución tecnológica tan vertiginosa como el retail



Beacon Networks

Entender exactamente dónde se encuentra un cliente en la tienda física y ofrecerle una experiencia personalizada.



Comercio en Redes

- El 43% de los usuarios de Internet usan las redes sociales cuando están investigando algo que quieren comprar
- El 97% de los consumidores digitales han utilizado las redes sociales en el último mes



Vídeos para promocionar productos

- El 90% de los usuarios afirma que los vídeos de productos son útiles a la hora de tomar decisiones de compra
- El 64% de los usuarios que ven un vídeo tienden a adquirir alguno de los productos asociados



Realidad aumentada y virtual

- El 71% de los encuestados comprarían más productos si los minoristas ofrecieran vistas de realidad aumentada
- 100 millones de consumidores realizan sus compras online y en tiendas físicas asistidos por tecnología de realidad aumentada



Búsqueda por voz

- El 65% de los usuarios de entre 25 y 49 años da comandos de voz a sus dispositivos al menos una vez al día
- El 50% de todas las búsquedas en línea se realizan por comandos de voz





MediCOA

DIGITALIZACIÓN • COMERCIO • ASTURIAS





¿Quieres ver el libro digital en formato dinámico?

[Pincha aquí](#)

