

PROMOCIÓN PREVIA:

Una cuestión básica para poder competir en la web y ser uno de los mejores es la investigación.

- 1- La primera etapa se basa en la investigación del mercado, sus segmentos, hábitos de compra...
- 2- Una potente arma también es el análisis de la competencia. Nunca hay que olvidarla ni dejarla de lado porque este seguimiento nos dará muchas pistas sobre sus métodos para la promoción, su modo de trabajo....
- 3- Lo siguiente se centra en la planificación de medios. Se refiere a todo lo relacionado con la promoción en los medios de comunicación (Internet, prensa...) y en definitiva en la acción en sí.
- 4- Pero no todo se debe quedar en la promoción. Ese es el gran error en muchos casos, y es que el seguimiento es tan o más importante que la promoción en sí. Uno de los grandes mitos es pensar que tan solo con dar de alta su tienda en un buscador está todo el trabajo hecho.

MARKETING ON LINE

✓ Debemos dar de alta nuestra web en sitios dedicados a indexar páginas web. Sitios equivalentes a unas páginas amarillas de Internet. Éstos son los llamados 'buscadores'.

No es necesario poner la página en 500 buscadores, sino que se deben buscar los más importantes. Para que su página web tenga popularidad, es importante que los buscadores la sitúen entre las 10 primeras, por lo cual hay que centrarse en las palabras clave.

Elija palabras clave que lo definan. Utilice esas palabras en el título y en las primeras posiciones del texto. No esconda sus palabras con la utilización de 'frames' o 'flash'. Utilice títulos concretos, pero no demasiado. Ojo con los acentos.

Un ejemplo de alta en buscadores puede ser la web <http://www.webexperto.com/buscadores/>

CONSEJOS:

1. Procure que el contenido de su sitio esté rico, original y útil para los visitantes.
*'El **diseño** atrae, el **contenido** atrapa'*
 2. Hay que poner un título que refleje realmente el contenido de la página y no una serie de palabras clave.
 3. Actualice su página frecuentemente.
- ✓ Solicite 'links' en sitios relacionados. Pídale que incluyan un link con tu URL.

✓ En relación con los links, también encontramos el 'intercambio de enlaces'. Para ello, hay que tener presente que para que este intercambio sea efectivo, debe seleccionar cuidadosamente las webs con las que realiza el trato. Éstas deberían ser las relacionadas o complementarias a su actividad, pero no cometa el error de enlazar con webs que tengan idéntico objetivo al suyo (competencia).

¿CÓMO SABER QUIÉN NOS ENLAZA?

Los buscadores en muchas ocasiones tienen una herramienta de búsqueda avanzada o alguna ayuda que explica cómo puede hacer esa búsqueda. 'Altavista' (www.altavista.es) por ejemplo, incluye esta opción y para utilizarla debe buscar por link: seguido por la dirección de su web.

Ej: 'link:www.sincronize.com'

- ✓ Incluya la dirección en la [papelería de cada día](#). En facturas, hojas de presupuesto, tarjetas personales...
- ✓ Del mismo modo, también debe prestarle atención a la promoción fuera del propio medio. Esto es, en estar presente en [otros soportes](#) (como las Páginas Amarillas, QDQ...) y en todos ellos incluir la dirección de su página web.
- ✓ En la misma línea, no debe olvidar por ningún momento la [publicidad convencional](#) (revistas, radio, diarios...) Lo más llamativo y efectivo a la vez será un mensaje corto y atractivo, para luego dar la dirección URL para que visiten la páginas.
- ✓ Las [notas de prensa](#) suelen ser muy útiles cuando se quiere notificar de alguna novedad a los medios. Deben redactarse con sumo cuidado, centrando la atención en el titular y en el primer párrafo. La redacción debe ser concisa y breve. Una vez elaborada, hay que difundirla entre los medios de comunicación, por lo que es muy rentable el disponer de una guía de comunicación con la dirección y contacto de todos los medios que interesen.
- ✓ Los [correos](#) son una baza muy poderosa. Cuando un navegante se registra, estos datos resultan de mucha utilidad para usted. Se trata de mandarles correos con publicidad, información, últimas actualizaciones,... y sin caer en el tan desprestigiado 'SPAM'. A esta práctica tan conocida se le llama en términos de marketing 'Email Marketing' o 'Permission Marketing', y está muy bien aceptado entre los profesionales. Otra forma de conseguir el mayor número de direcciones de correo de forma permitida son las conocidas 'Mailing List' o 'Lista de Correo'. Se puede usar por ejemplo para difundir un boletín, pero la peculiaridad es que cada mensaje que se envíe, se distribuirá a la lista completa.
- ✓ Para dar una buena imagen de marca y atender como se merecen a los clientes y a los posibles compradores, es muy eficaz el disponer de una [firma](#) para los correos electrónicos con el nombre de la empresa, persona de contacto, dirección y teléfonos, y por su puesto la página web.

El programa de administración de información personal y comunicación Outlook, le permite crear su propia firma de forma muy sencilla.

- ✓ Otra actividad muy valorada es el [intercambio de banners](#), esto es, usted puede insertar su banner en otras páginas, y éstas a su vez, pueden hacer lo mismo en su site.

Un buen ejemplo de empresa que ofrece este servicio de forma gratuita es: CiberBanner (www.ciberbanner.com).

- ✓ Una cuestión muy importante es promocionarla también en 'Newsgroups', que son grupos de noticias específicos. Lo esencial en este caso es seleccionar muy bien el tema sobre el que gira el grupo de noticias, para así hacer más efectiva la acción.

Todo el mundo puede visitar los diferentes grupos y suscribirse a ellos. Éstos se pueden leer y permiten la participación de los registrados, y algunos de ellos son consultados por miles de personas.

Bien se puede comprar espacio publicitario en estas páginas, o bien participar. Pero mucho ojo, porque en estos casos no se debe caer en la venta fácil, esto es, no se debe intentar comerciar ningún producto de su tienda on line. La clave aquí reside en ir presentándose y crear una imagen experta y profesional sobre el asunto a tratar.

Un ejemplo de Newsgroup podría ser Google grupos (groups.google.com).

- ✓ No debemos desatender tampoco el conocidísimo [banner](#), la publicidad más conocida en la red. La clave es hacerlos muy llamativos, e insertarlos en los sitios específicos.
- ✓ Otra buena estrategia es enrolarse en algún 'Mall' (en inglés Centro Comercial), o lo que es lo mismo, una página con muchas tiendas on line en su interior.
- ✓ Para popularizar su site, es de notable relevancia participar con alguna 'Newsletter' o boletín electrónico. Desde la misma página puede crear un apartado donde cualquier visitante se puede inscribir a este boletín, seleccionando el tema que le interese. De este modo también fomentará su imagen experta y profesional.
- ✓ Para darse a conocer también es una muy buena opción el participar en [listas de discusión](#), que es un foro que trata sobre cierto tema en particular.
- ✓ O bien en una [lista de distribución](#), que se diferencia de las anteriores en que todos los miembros sólo pueden recibir correo electrónico y sólo un integrante de la lista de miembros puede enviar.
- ✓ Por último, si quiere invertir en su página de tal modo que su popularidad se vea incrementada enormemente, la definitiva posibilidad es el [patrocinio](#) de un sitio web. Pero el éxito reside en colocar su producto en aquellas páginas de Internet donde se encuentra su 'target' o público objetivo, en vez de invertir mucho dinero intentando atraer visitantes hacia nuestra web.

MARKETING VIRAL:

Es una estrategia de marketing consistente en incentivar, de alguna forma, a la gente a que hable y difunda un producto/empresa/idea, de manera espontánea.

Diversos estudios revelan que cuando una persona tiene una buena experiencia online, la recomienda a un mínimo de 12 personas más. Pero atención, ocurre lo mismo si tiene una mala experiencia.

CONSEJOS:

- Regale productos o servicios. La palabra 'GRATIS' es la más poderosa del mundo. Si no quiere regalar productos por el momento, lo que puede ofrecer a la gente es un servicio 'GRATUITO'. Por ejemplo, puede brindar alguna novedad como '*calcule en nuestra página la remodelación de su cocina*', o '*calcule su talla*'.
- Presente buenas ofertas que atraigan visitantes.
- Cree algún tipo de concurso.
- Desarrolle algún curso de formación.
- No deje recomendar la página de forma oral. El 'boca-oreja' es una de las formas de publicidad más efectivas.
- Ofrezca productos o servicios deseables que inciten a propagar su mensaje.
- Permita que los visitantes envíen tarjetas de felicitación.
- Ofrezca juegos digitales u otras utilidades de forma gratuita.
- El 'Sello de Calidad'.

Es una homologación de unas prácticas comerciales, procedimientos, políticas, contenidos, tecnología e infraestructura de los servicios que presta una empresa a través de Internet. Esta homologación queda reflejada en un sello-logo que la empresa pone en la portada de su web, de forma que los visitantes y compradores que accedan a su página constatan las buenas prácticas de ésta.

Si las homologaciones son importantes en el comercio tradicional, más aún lo van a ser a través de Internet, puesto que siempre queda la duda de cómo va a funcionar una empresa conocida a través de la Red o, más importante, de cómo presta sus servicios una empresa a la que hemos conocido navegando por Internet.

El funcionamiento es similar a los procesos de homologación tradicionales. Una empresa que quiera estar homologada con un sello de calidad en Internet deberá contactar con un auditor autorizado de alguna de las entidades de certificación de calidad. Este auditor hará una auditoría de los procedimientos, políticas, contenidos, tecnología e infraestructura de comunicaciones que dispone la empresa para prestar sus servicios o vender sus productos a través de Internet. Si la auditoría es correcta, este auditor procederá a emitir un informe favorable a la entidad emisora del certificado de calidad, la cual generará el certificado digital de calidad, y lo enviará a la empresa, conjuntamente con



www.sincroshop.com

el "gif" o el "jpeg" del logo de la entidad certificadora. Una vez conseguido el certificado, la empresa podrá incorporar el sello-logo en su página web.