

Gestión y Comercio Electrónico

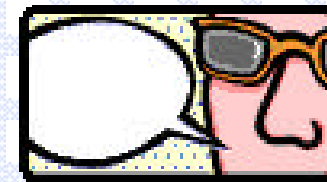


- ◆ La cantidad de personas que visitan su sitio Web es menos importante que la calidad de su experiencia
- ◆ Los 10 principales términos que la gente introduce en AltaVista son:
 - 1.- Sexo
 - 2.- Desnudo (nude)
 - 3.- Imágenes
 - 4.- JPG
 - 5.- Software
 - 6.- Windows
 - 7.- Adultos
 - 8.- Mujeres
 - 9.- Desnudo (naked)
 - 10.- Erótico
- ◆ Montar una solución de Gestión en la Web a.l.p. no se hace limitándose a “atraer” la atención de la gente “momentáneamente”, sino sosteniéndola con algo que tenga un valor único, algo que produzca en la gente el deseo de volver al sitio Web una y otra vez.

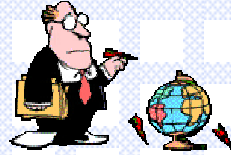


Gestión y Comercio Electrónico

- ◆ No limitarse a proporcionar “información electrónica”, genere una “Comunidad en línea”, en la que las personas con intereses semejantes quieran congregarse e interactuar unas con otras (ICTNet; Barrabés; ...)
- ◆ La Red “no es un medio de masas” y nunca lo será. Es un medio “Interactivo”, un medio de nichos, y en última instancia, un medio personal en el que la experiencia de cada usuario es diferente de la de cada uno de los otros.
 - Una Web atractiva debe ser particular e interesante para cada surfista.
 - Identifiquelos; Estúdielos y deles valor añadido por identificarse.
- ◆ Las Publicaciones “On Line” no reemplazan ni desplazan a las de papel, deben ser “reinventadas” como experiencias participativas con sus lectores (Ej.Extra-net).



Gestión y Comercio Electrónico



- ◆ **Frecuentemente al colocar una página Web se afirma "Ya estoy en la red", "Tengo comercio electrónico", ..., sin embargo una solución de comercio electrónico va mucho más allá:**



- ◆ Flexibilidad ante nuevos clientes y para nuevos productos, con nuevas exigencias, etc...
- ◆ Un anuncio/producto en la Red deberá conectarse a información profunda del producto e incitarle a pensar en llevar a cabo realmente la compra.
- ◆ Un comercial en la red deberá conocer:
 - Preferencias del cliente
 - Prestaciones de servicios oportunos.
 - Conseguir el consentimiento del cliente para informarle.

Gestión y Comercio Electrónico

- ◆ El modelo convencional de poner precios y vender publicidad no es aplicable a la RED. Todos los ojos no nacen iguales -> Hay que atraer a grupos más pequeños de consumidores cualificados e interesados.

4 Razones por las que la publicidad tiene menos efecto:

- 1.- Exceso de publicidad
- 2.- El Mando a distancia
- 3.- El Descreimiento
- 4.- La Competencia.



Formas actuales de promocionar un "Sitio Web"

- 1.- En anuncios publicitarios impresos, TV y Radio. (Atraer la atención de la prensa).
- 2.- Negociar "Hiper-enlaces" con otros sitios Web. (generando un boca-oído ó teclado-teclado en la red).
- 3.- Comprar "Ventanas" (Banners) en sitios frecuentados en la red.

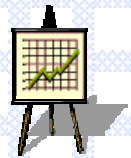


Gestión y Comercio Electrónico

◆ COMPENSAR AL CLIENTE POR IDENTIFICARSE

- ◆ A los consumidores nos preocupa el problema de la intimidad de la información-> Existirá registro personal "si el negocio es favorable".

- ◆ Noticias personalizadas (ICTNet)
- ◆ Entretenimiento y consejo (Barrabés)
- ◆ La condición de Miembro (Commercenet), etc..



- ◆ No solo captar información personal para los propios intereses; hay que utilizarla de modo que proporcione al consumidor ventajas tangibles (Ej. ofrecer descuentos y rebajas a cambio de informaciones demográficas y psicográficas vitales).

- ◆ Hay límites a la captura de datos: los comercializadores deben informar a los consumidores de si venderán sus datos y, después, dar a los consumidores la posibilidad de "optar por que no se utilicen" y asimismo abstenerse de solicitar información relativa a niños.

