



Claves de éxito para las ventas por Internet

Cómo hacer negocios por Internet y no morir en el intento..!

Ideas y herramientas probadas para vender más.

Organizan:   

Jornada
CÓMO VENDER EN INTERNET

Estrategias efectivas para comercializar productos y servicios en internet.

29 de Septiembre -> Buenos Aires | 1 de Octubre -> Córdoba

Evento Gratuito

Regístrese Ahora



Omar G. Vigetti
Director Latinvia

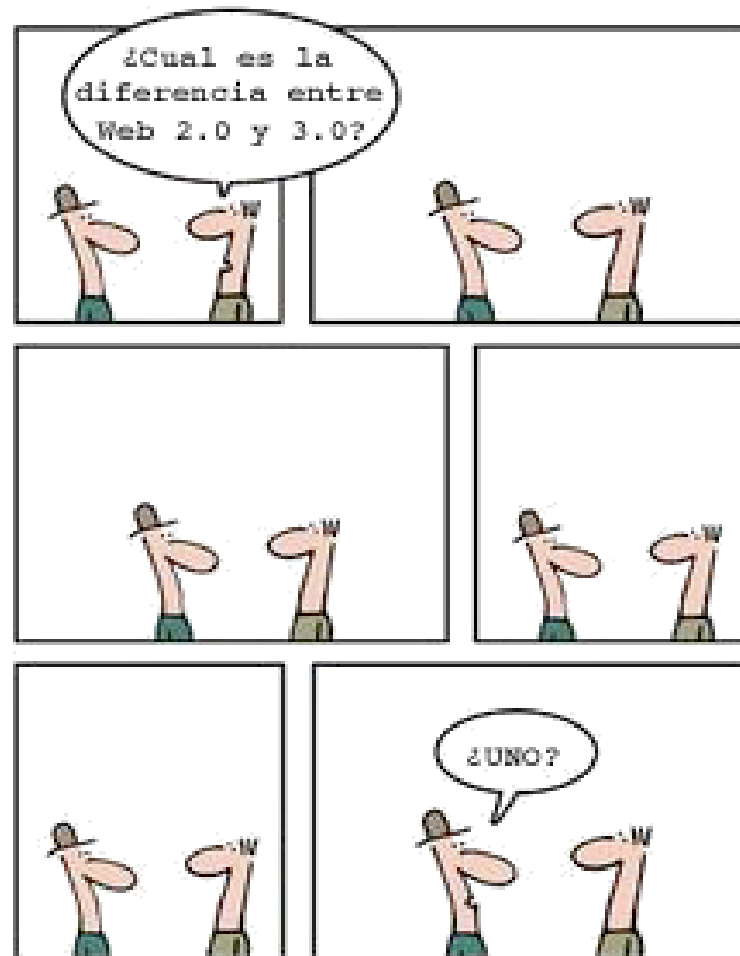
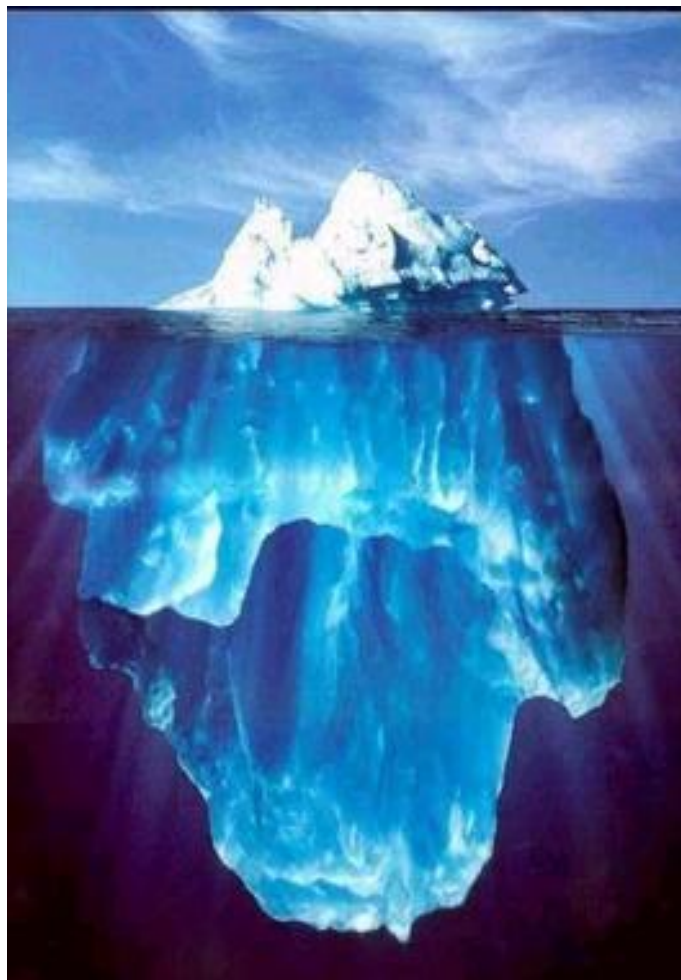


- Haciendo Negocios en Internet
 - Los Pilares del Negocio por Internet
 - Etapas para Vender por Internet
 - Interoperabilidad
 - Claves del Éxito
 - Normativa Aplicable
 - Entendiendo el Comportamiento del Consumidor Online
- Construcción de Canales de Venta Online
 - Componentes
 - Tradicional / Online
 - Evolución
- Algunos Números

Haciendo Negocios en Internet

Porque hoy estamos aquí!!!

LATINVIA®



ASÍ DE SENCILLO



Tecnología

- La plataforma es el producto que usan los clientes, el servicio que les brindamos y la experiencia que realizan



eMarketing

- Atraer tráfico y aumentar el porcentaje de conversión tráfico-registración-transacciones, desarrollo y retención de clientes

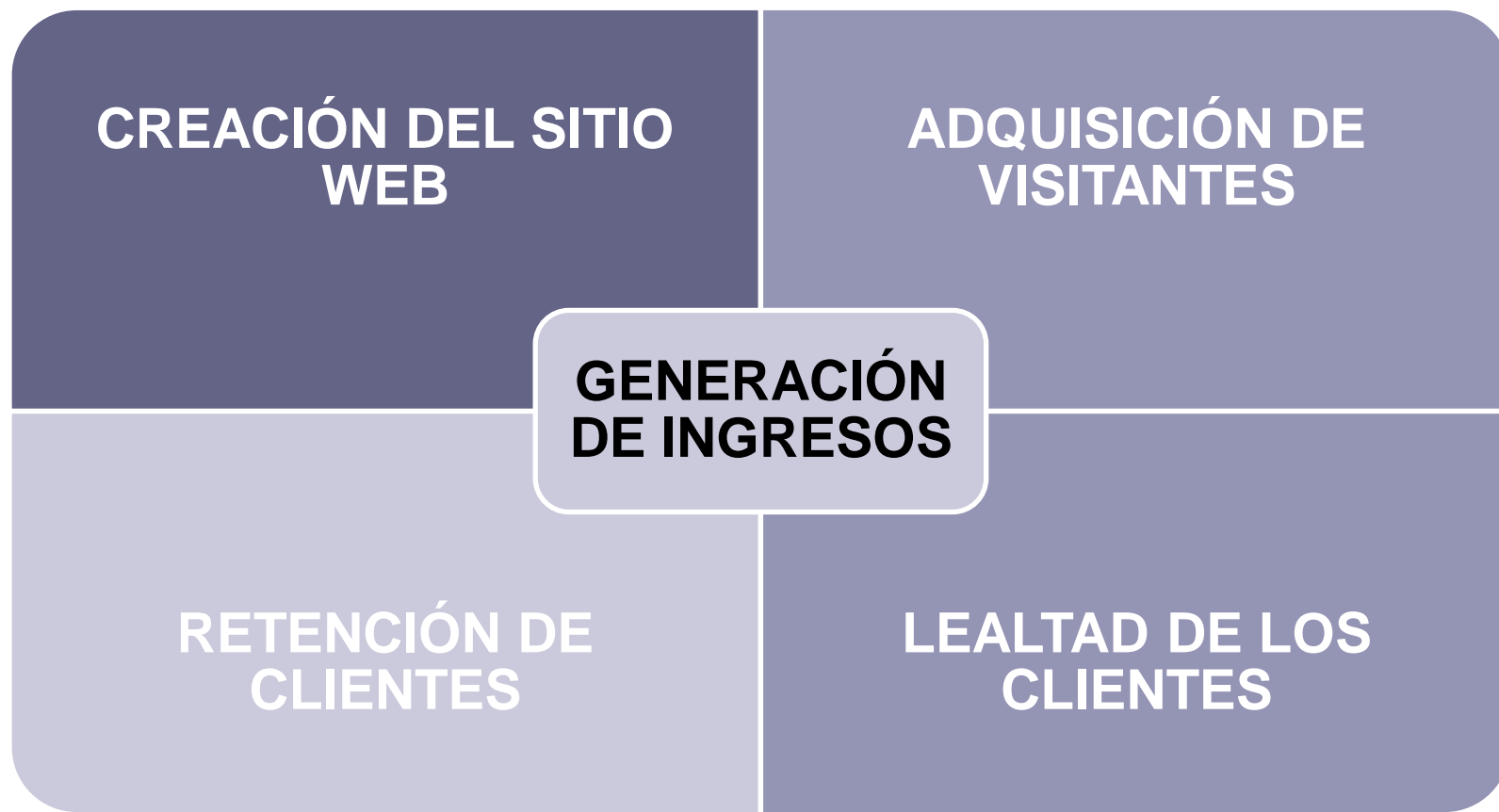


Logística y operaciones

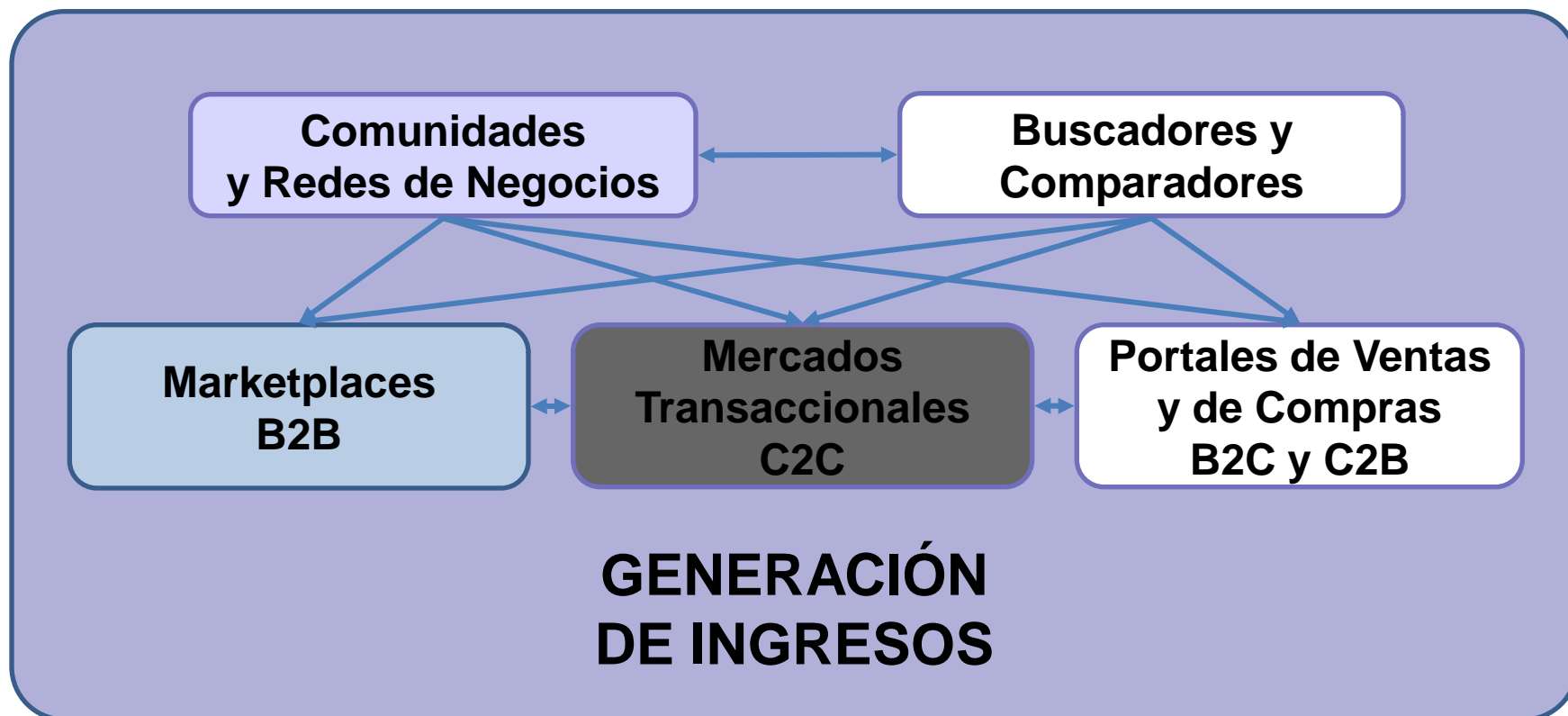
- Capacidad para que los procesos desencadenados en el Front End de la interfase web se resuelvan correctamente en el back-end de operaciones



Las siguientes etapas resumen
el proceso exitoso de ventas por Internet

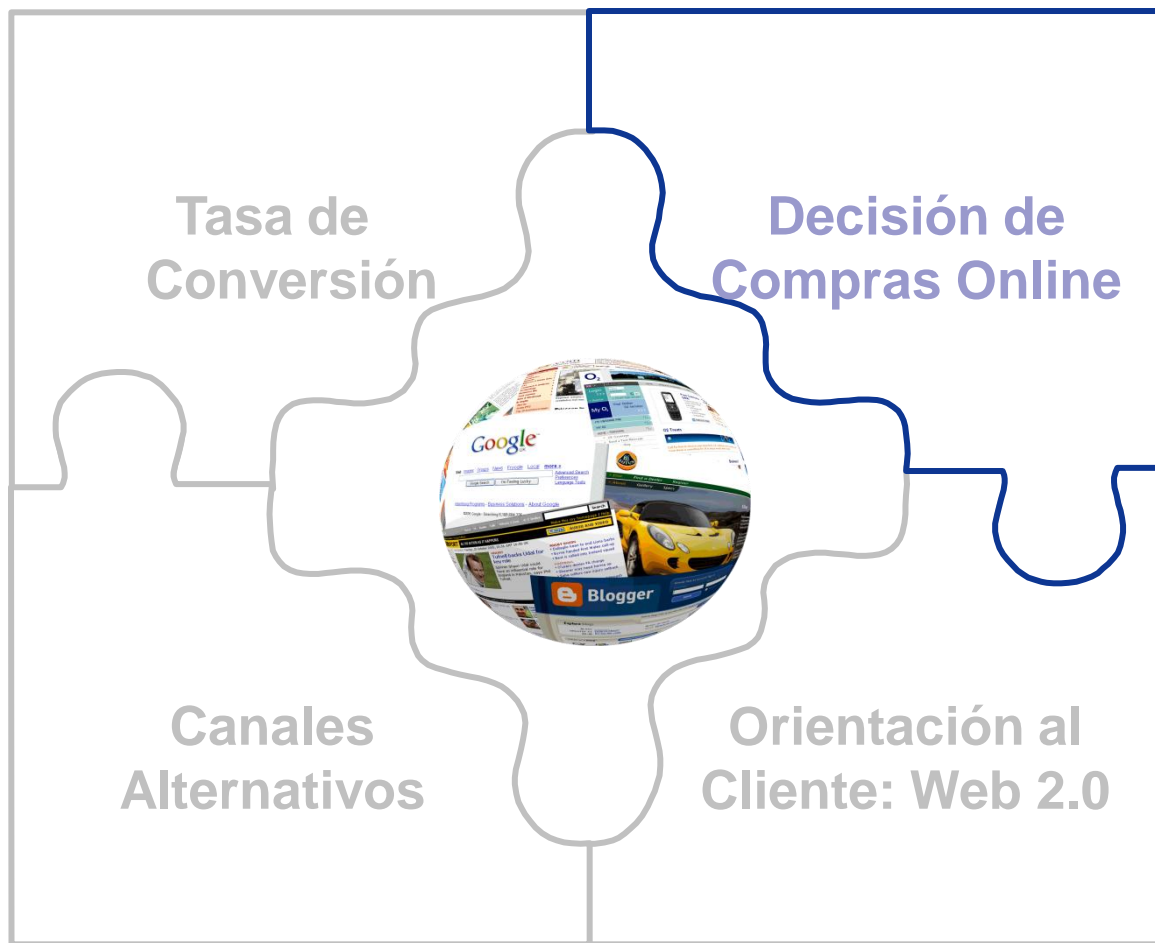


Los siguientes son los componentes del Mapa de la Interoperabilidad Transaccional por Internet





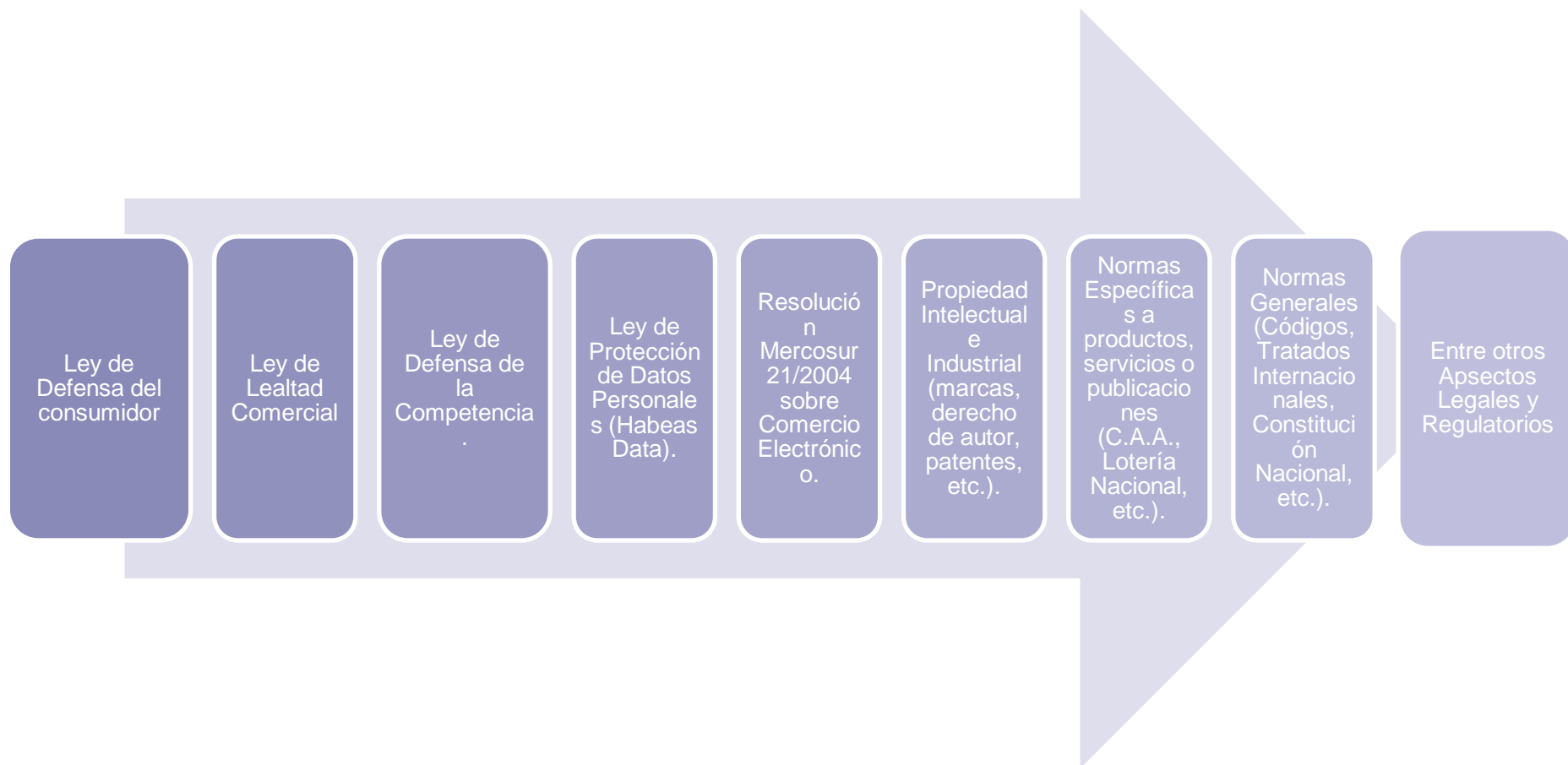






Haciendo Negocios en Internet

Normativa Aplicable – Normas Legales





Practicas en Internet

Términos y
Condiciones

Políticas de
Privacidad

Nombres de
secciones y/o
botones

Nombres de
funcionalidades
(ej. Carrito de
Compras)

Contacto

Son compilados de normas de
“buenas prácticas”.

Dos clases

- Mera adhesión – declaración.
- Certificación – Auditoría – Control

Haciendo Negocios en Internet

Entendiendo el comportamiento del Consumidor Online

LATINVIA®





- Haciendo Negocios en Internet
 - Los Pilares del Negocio por Internet
 - Etapas para Vender por Internet
 - Interoperabilidad
 - Claves del Éxito
 - Normativa Aplicable
 - Entendiendo el Comportamiento del Consumidor Online
- Construcción de Canales de Venta Online
 - Componentes
 - Tradicional / Online
 - Evolución
- Algunos Números



Marca/Dominio



Tecnología



Alojamiento



Medios de Pagos



Operador logístico



Marketing por Internet



Seguridad



Operaciones



Atención PosVenta

Construcción de Canales de Venta Online

Componentes Indirectos

LATINVIA®



Definición de Objetivo claros.



Permanencia en el tiempo y proyección del negocio.

- Programa de Desarrollo del Canal.
- Retorno de la Inversión del Canal.



Cobertura 24 x 7.



Alcance Global y Movilidad.



Eficiencia/Competitividad.

- Baja costos de distribución, implementación y administración.
- Demanda agregada de alto volumen y Mejores precios.



Mercado.

- Exponencial -> Viral. / Redes -> Afiliados.
- Necesidad de atracción -> explotación de la información -> Marketing Relacional.
- Optimización inversión publicitaria.



Nuevos modelo posibles.

- Esquemas on-demand, alquiler por uso, suscripción, etc.
- Negocios de Nicho que ganan escala (long tail).

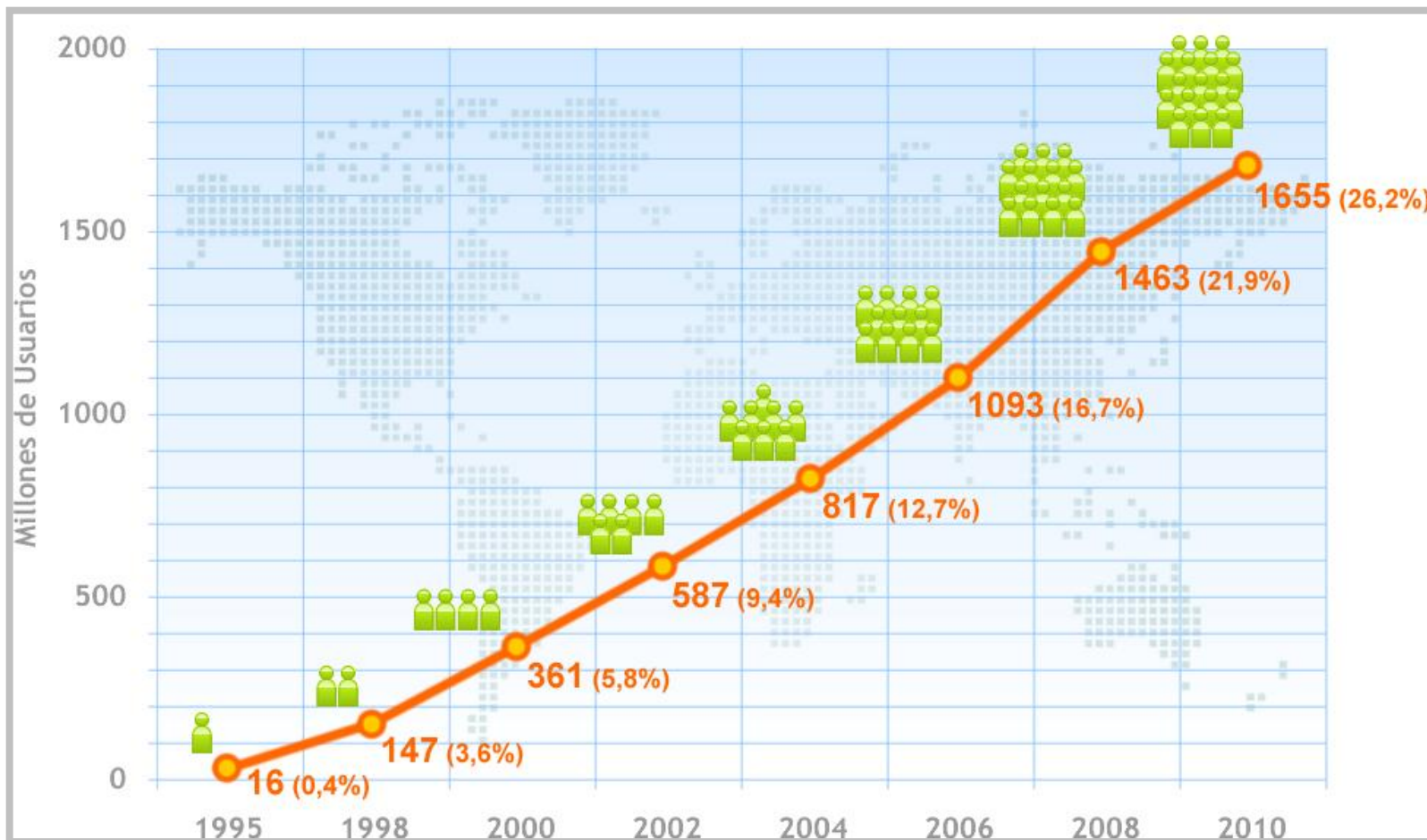


- Haciendo Negocios en Internet
 - Los Pilares del Negocio por Internet
 - Etapas para Vender por Internet
 - Interoperabilidad
 - Claves del Éxito
 - Normativa Aplicable
 - Entendiendo el Comportamiento del Consumidor Online
- Construcción de Canales de Venta Online
 - Componentes
 - Tradicional / Online
 - Evolución
- Algunos Números

Algunos Números

Usuarios de Internet en el Mundo

LATINVIA®

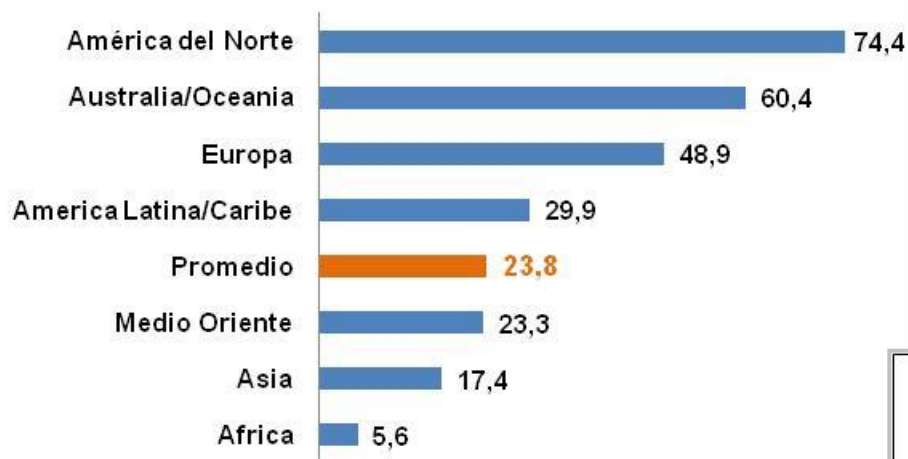


Fuente: Internet World Stats.

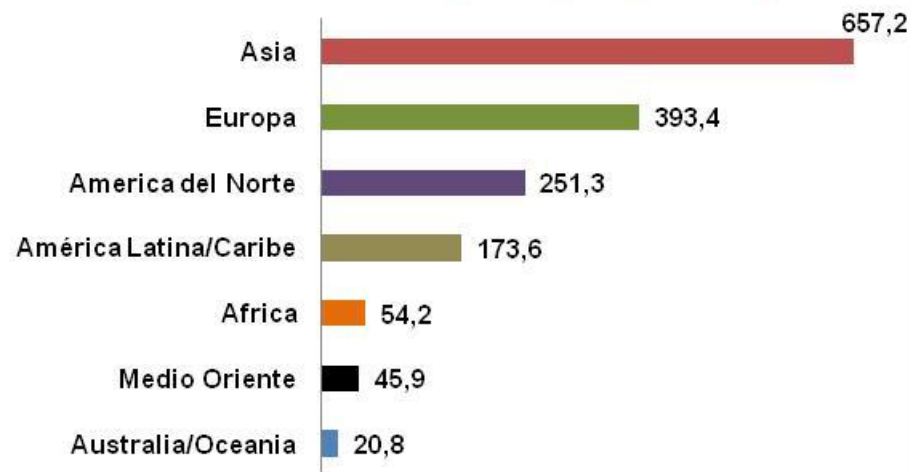
Algunos Números

Usuarios de Internet por Región

Penetración Mundial de Internet (%)



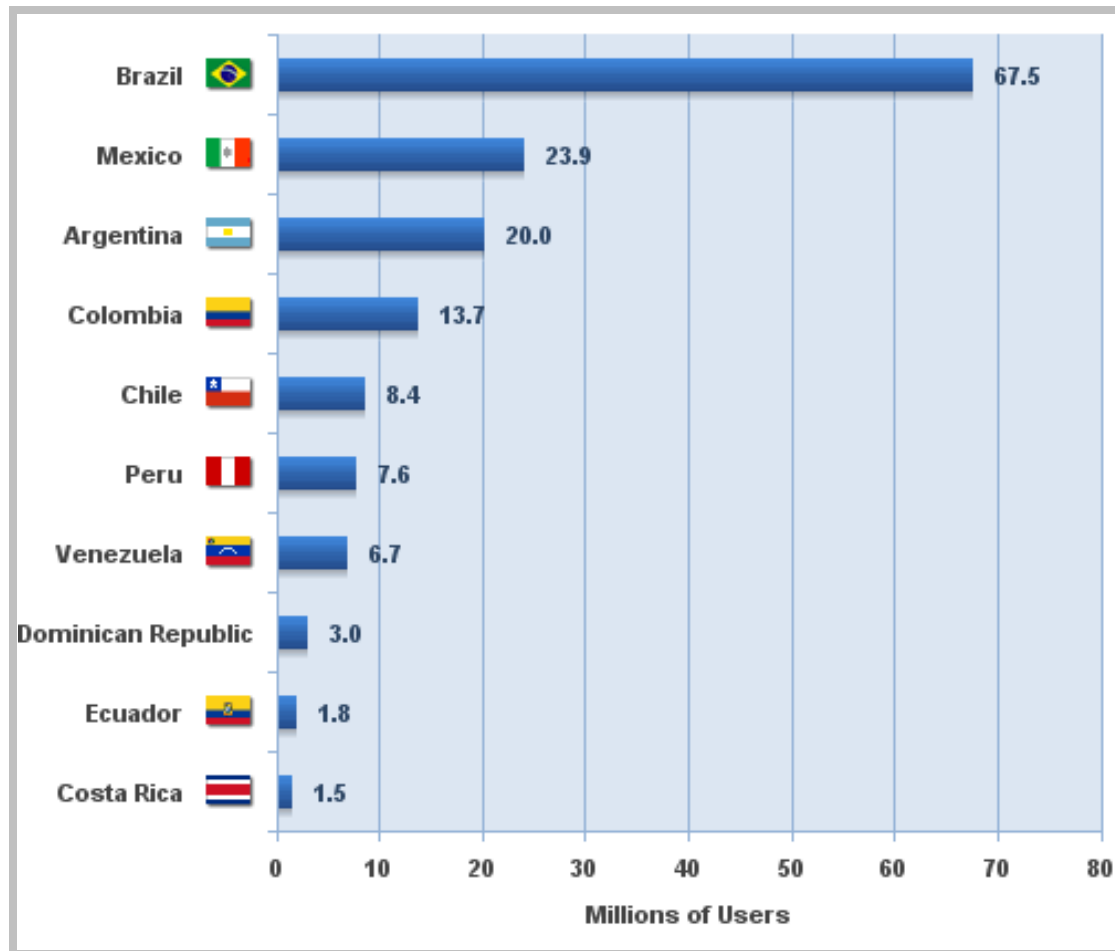
Usuarios de Internet por Región (millones)



Fuente: Internet World Stats.

Algunos Números

Ranking de Usuarios de Internet en LATAM



Fuente: Internet World Stats.

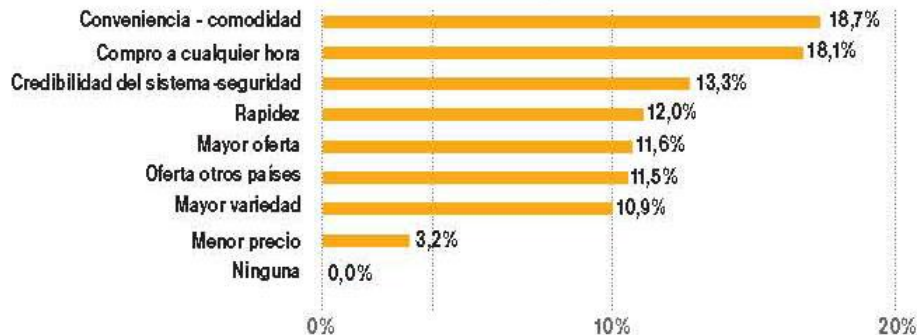
Algunos Números

Motivación del E-commerce en LATAM

VIRTUDES DEL E-COMMERCE

Comunidad de lectores, LATAM. 08, respuestas múltiples

Fuente: AméricaEconomía Intelligence



¿Qué tuvo o tiene en cuenta para comprar el producto? -%-

Precio	85
Marca	63
Reputación del vendedor	59
Garantía	56
Medios de pago disponibles	49
Costos de envíos	32
Ubicación del vendedor	31
Por una promoción de pago con una tarjeta/Banco	25
Financiación	21

¿Recuerda cual fue la motivación para realizar su primera compra en Internet? -%-

Por necesitaba algo que encontré	38
Porque vi un precio atractivo	33
Porque no había visto el producto en otro lugar	19
Fue fácil de entender el procedimiento	17
Porque me lo recomendó un amigo/familiar	15
Por conocimiento/ reputación de la marca del sitio	14
Porque había una promoción	10
Por prestigio de la marca del sitio	8
Porque vi un aviso	5
Otros	6



Fuente: AméricaEconomía Intelligence y D'alessio IROL.

Algunos Números

Que se consulta y que se compra en LATAM

LATINVIA®



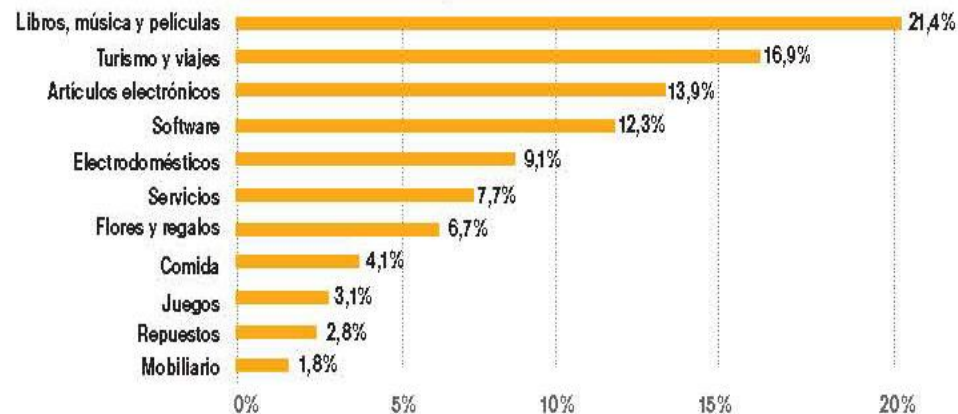
Durante el último año que productos/servicios consultó online -%

	2008	2009
Electrodomésticos	67	77
Turismo	54	74
Hardware	56	71
Cursos	56	69
Libros	52	67
Hogar	53	63
Educación	46	62
Música	52	53
Servicios Financieros	53	52
Salud	35	48
Software	47	47
Deportes	39	44
Ropa	29	42
Alimentos	26	40
Familia/ Art. niños/ bebés	39	38
Delivery	38	36
Remates	32	35
Seguros	20	29



QUE COMPRO POR INTERNET

Respuestas múltiples, compras unitarias Comunidad de lectores, LATAM. 08
Fuente: América Economía Intelligence



Fuente: América Economía Intelligence y D'alesio IROL.

Algunos Números

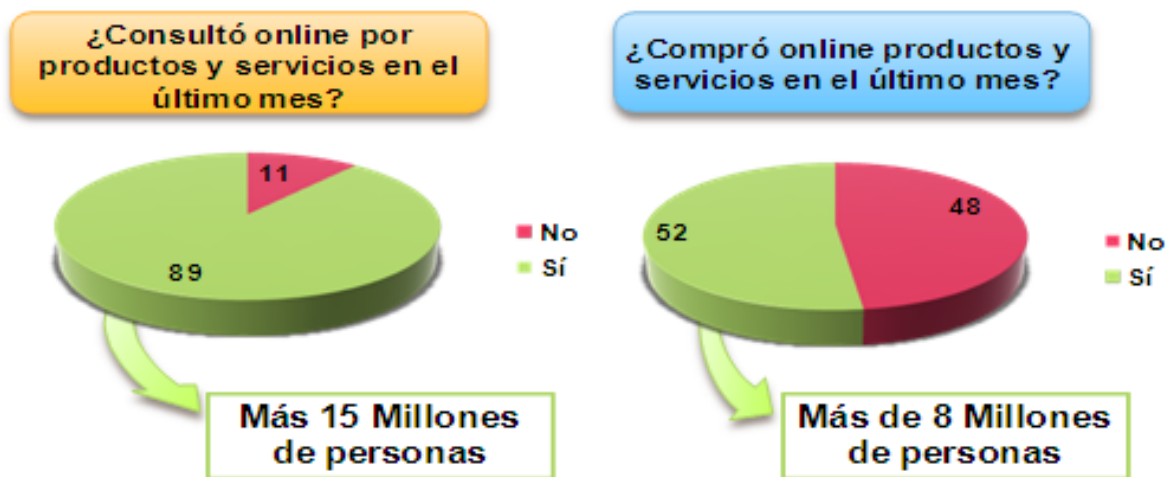
Proyección del E-commerce B2C en LATAM



Fuente: AmericaEconomia Intelligence.

Algunos Números

Internet como un canal de ventas en Argentina



Fuente :D'Alessio IROL

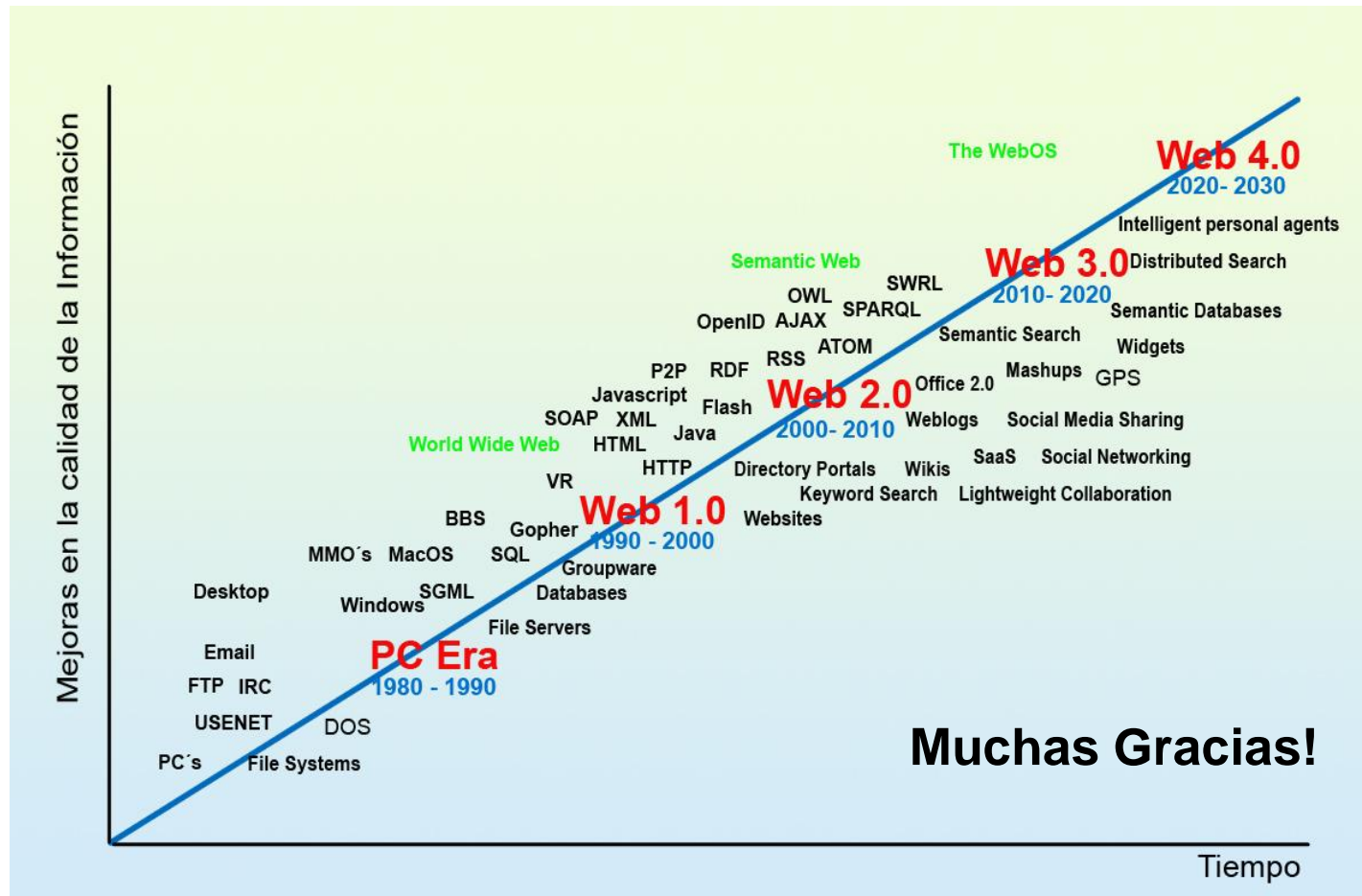
En el 2009 el 89% de los argentinos que utilizan Internet, consultas productos o servicios a través de la WEB

El 48% ya COMPRO

Fuente: D`Allesio IROL



Una Mirada al Futuro....



Muchas Gracias!

Muchas Gracias por su atención!!!

LATINVIA®



Omar G. Vigetti

Director de Latinvia

www.latinvia.com

ovigetti@latinvia.com

Skype: omar.vigetti

