

Exportar a través de Internet. Visión práctica



Exportar a través de Internet. Visión práctica



El objetivo de esta sesión es establecer cuales deben ser las variables a tener en cuenta en un proceso de decisión empresarial para crear un canal internacional on-line.

www.experinter.com

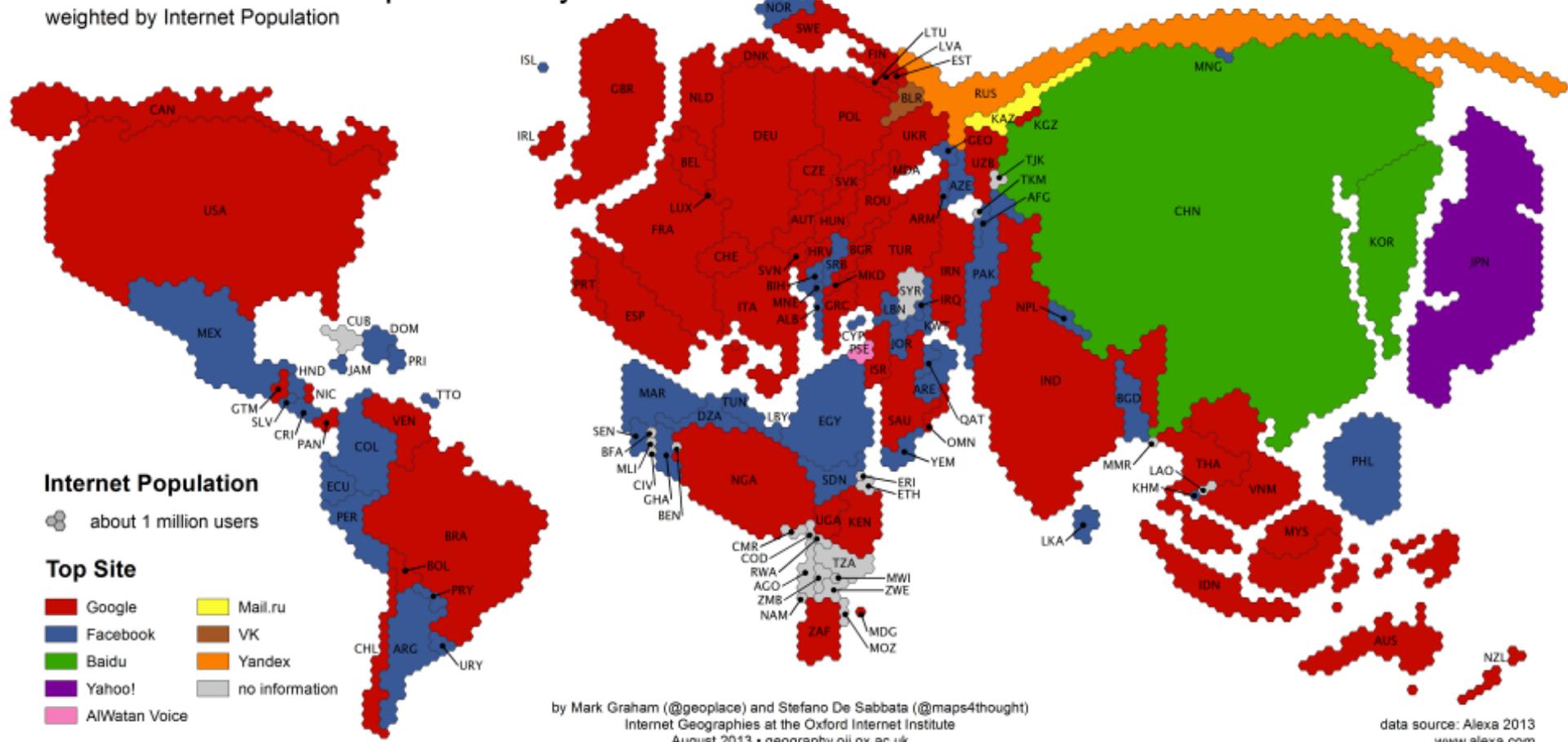
¿POR QUÉ INTERNET?

Los consumidores, tanto particulares como corporativos, están en la red y demandan un acceso on-line a nuestros productos y servicios.

Debes estar dónde se encuentren tus clientes, tanto posibles como futuros.

Exportar a través de Internet. Visión práctica

Most visited website per Country
weighted by Internet Population



Exportar a través de Internet. Visión práctica

○ **MEDIOS SOCIALES GLOBALES**

¿Dónde están nuestros clientes?

MICROSEGMENTACIÓN – LONG TAIL

¿Dónde navegan habitualmente?

¿Dónde buscan y pasan su tiempo?

OJO: diferencias lingüísticas



Exportar a través de Internet. Visión practica

○ **MEDIOS SOCIALES GLOBALES**

○ Mercado Asiático:



○ Mercado Brasileño e India:



○ Mercado Japonés:



○ Mercado Ruso:

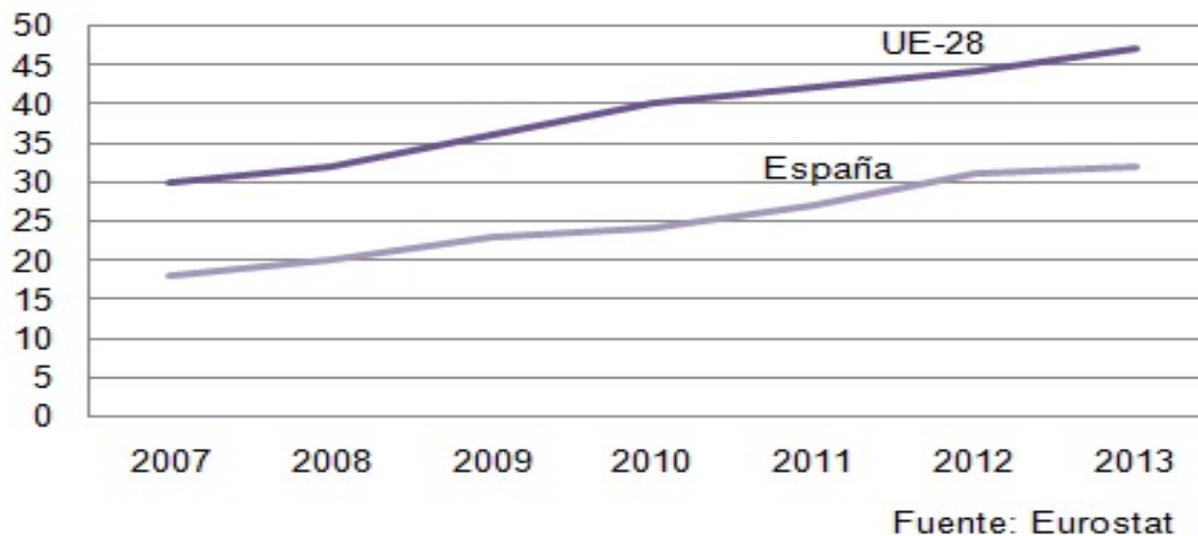


○ Globales:



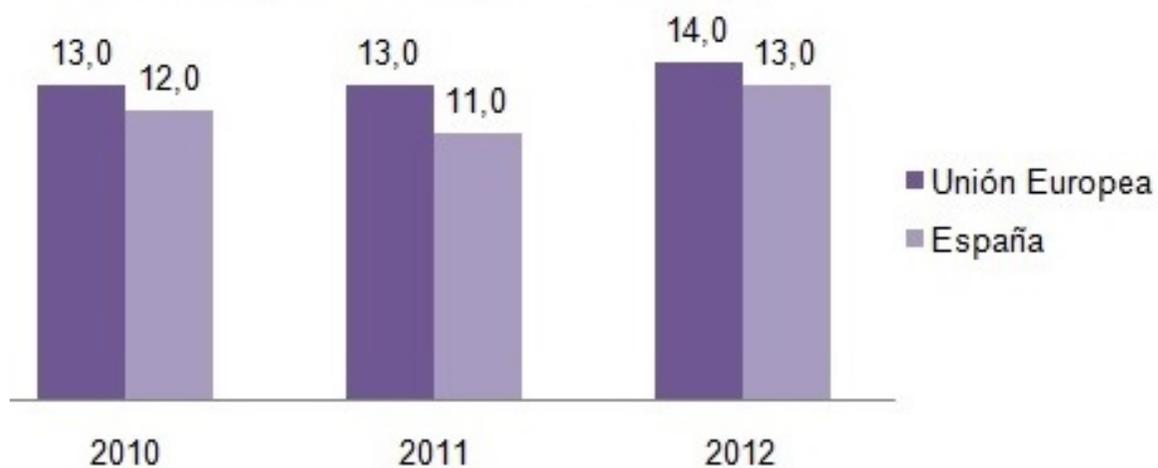
Exportar a través de Internet. Visión práctica

Personas que han comprado por Internet en los últimos 12 meses (%)



Exportar a través de Internet. Visión práctica

Empresas* que venden por Internet (%)



*Empresas (10 o más empleados) cuyas ventas por Internet suponen al menos un 1% de su volumen de negocios

Fuente: Eurostat

Exportar a través de Internet. Visión práctica

Principales compras por internet en los últimos 12 meses (% de personas). 2013



Compra por Internet 2013

ESPAÑA, un **32%** ha realizado alguna compra por internet
Unión Europea, un **47%** de la población.

Dinamarca o Reino Unido, tres cuartas partes de su población.

Rumania (8%) y **Bulgaria** (12%).

España ha pasado de un 18% en 2007 a un 32% en 2013, **casi se duplica en tan solo seis años.**

La media UE, 30% en 2007 pasa a un 47% en 2013.

Exportar a través de Internet. Visión practica

TOP 10

(compra por internet % sobre la población)

Dinamarca	77
Reino Unido	77
Países Bajos	73
Suecia	73
Luxemburgo	70
Alemania	68
Finlandia	65
Francia	59
Austria	54
Bélgica	48



Unión Europea (28) 47

Fuente: Eurostat 2013

Exportar a través de Internet. Visión practica

Unión Europea (28)	47
Irlanda	46
Malta	46
Eslovaquia	44
República Checa	36
Eslovenia	36
<u>ESPAÑA</u>	32
Letonia	32
Polonia	32
Hungría	28
Croacia	26
Lituania	26
Grecia	25
Chipre	25
Portugal	25
Estonia	23
Italia	20
Bulgaria	12
Rumania	8



BENEFICIOS CANAL ON-LINE

- ① Reduce y optimiza recursos del back office.
- ② Mayor conocimiento del cliente final.
- ③ Mejora los procesos logísticos.
- ④ Mejora la imagen y el servicio ante los clientes.
- ⑤ Beneficios financieros.
- ⑥ Mejora la calidad, la integración y el acceso a la información en la toma de decisiones.

Exportar a través de Internet. Visión práctica



RETO PARA LAS EMPRESAS

Adaptarse a un tipo de consumidor más exigente y desconfiado que en la venta off-line, lo que nos obliga a optimizar todos los procesos para facilitar una experiencia de compra única.

www.experinter.com

“La gran oportunidad”

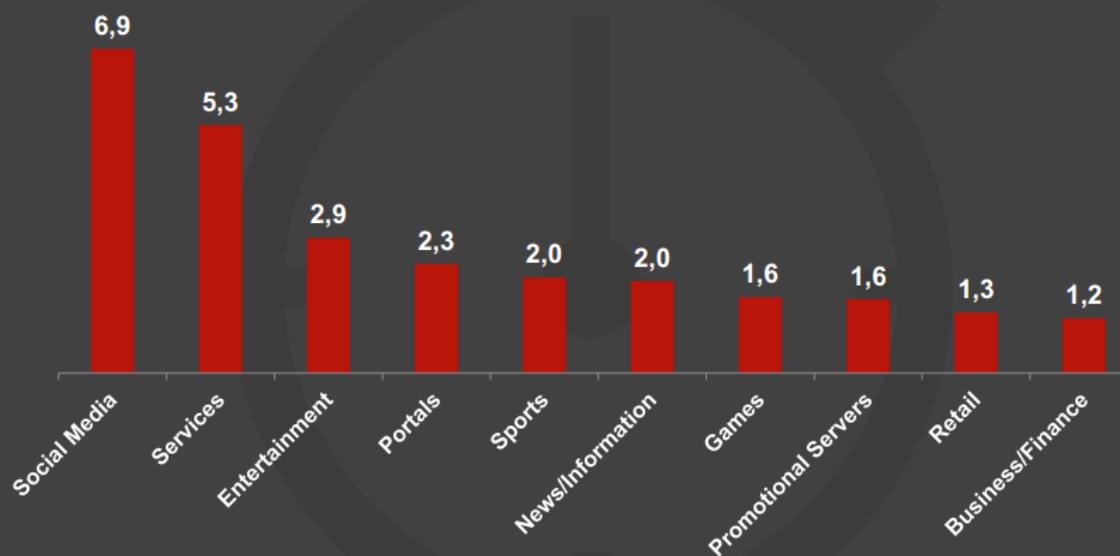


Los “nativos digitales”
marcan el futuro, esto
obliga a las empresas
a adaptarse a ese
nuevo consumidor.

Exportar a través de Internet. Visión práctica

¿a qué dedica el tiempo el consumidor?

Principales Categorías en la que Consumen Tiempo Online los Españoles Horas Promedio por Visitante al Mes



Exportar a través de Internet. Visión practica

¿estamos preparados?



E economistas
Colegio de Valencia

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión práctica



Niveles de implicación

Exportación: puedo exportar.

Tecnología: e-business.

Recursos Humanos: tengo equipo y tiempo necesario.

Producto/servicio: esta listo para ser vendido en esos mercados internacionales.

Logística: ¿coste, capacidad, proveedores,...? Si.

www.experinter.com

PREGUNTAS A RESOLVER

¿Qué me interesa más?

Tener mi propia tienda on-line (e-commerce) o a través de terceros (e-marketplaces).

¿Qué me cuesta a mi crear marca?

¿A qué precio se está vendiendo en cada mercado?

OBJETIVO: SABER EL NIVEL DE INVERSIÓN

VENTA ON-LINE, SI o NO, a TRAVÉS DE DATOS

LAS COSAS BIEN CLARAS:

- ❖ Interés real de la Dirección.
- ❖ Existencia de venta internacional o intención de desarrollo.
- ❖ Producto o servicio:
 - ❖ Precio entre 50 y 500€.
 - ❖ Competitivo en el mercado internacional.
 - ❖ Sector agroalimentario, moda, hábitat, ocio, vino, etc.
 - ❖ Servicios innovadores.
- ❖ Productos con márgenes altos.

Exportar a través de Internet. Visión practica



FORMULA MÁGICA

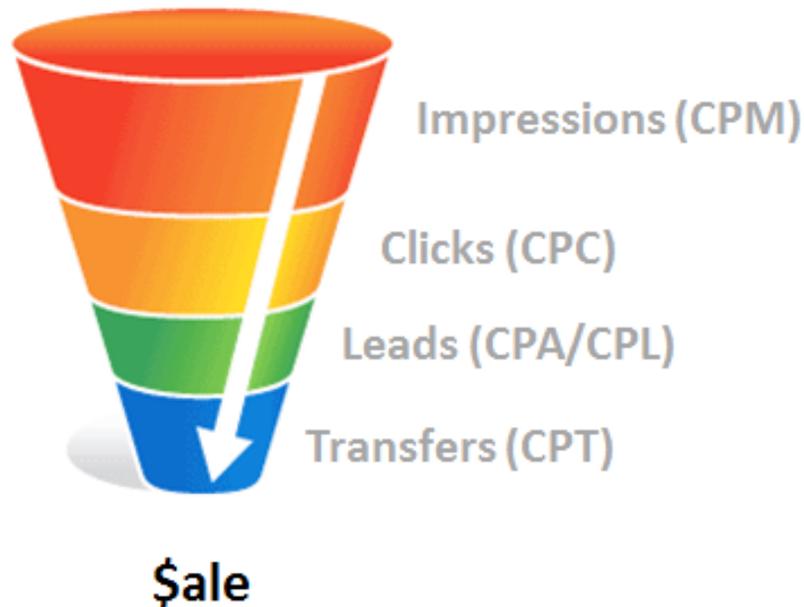
Venta = Tráfico x Conversión x Ticket medio

sugerencia: “No cansar al cliente”

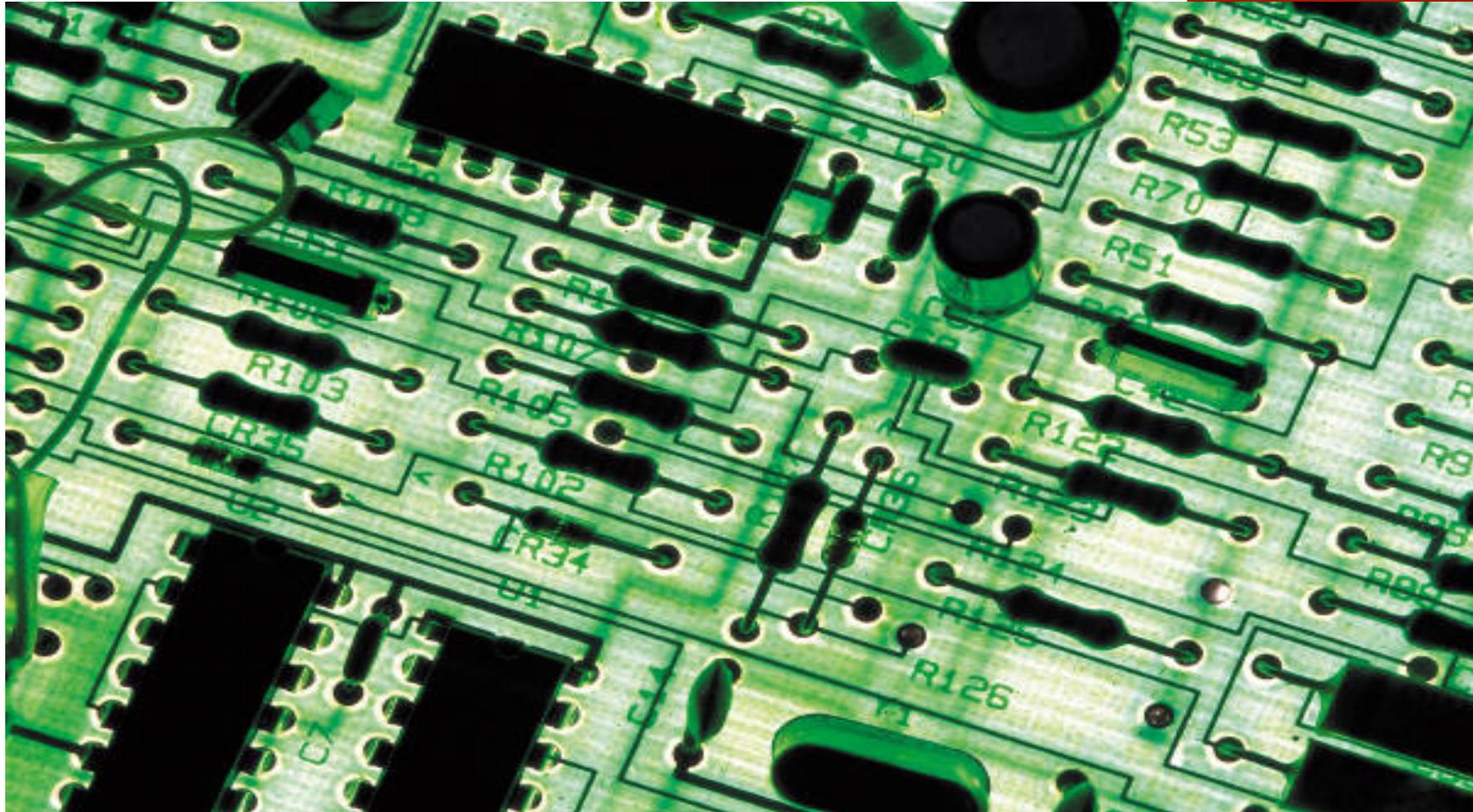
www.experinter.com

Geometría del Funnel

Los modelos de negocio son figuras geométricas con patrones matemáticos definidos en los que se actúa sobre las variables.



Exportar a través de Internet. Visión practica



Economía digital

Es la red global de actividades sociales y económicas facilitadas por el desarrollo de las TIC y por la utilización de los contenidos digitales y el comercio electrónico como medio de difusión, colaboración, gestión y compraventa de productos y servicios.

Exportar a través de Internet. Visión practica



Comercio electrónico

Toda compra realizada a través de internet, cualquiera que sea el medio de pago utilizado.



Orden de compra → medio electrónico

www.experinter.com

Comercio electrónico

E-Commerce, multidisciplinar:

- ◆ Tecnología
 - ◆ Marketing digital
 - ◆ Medios de pago on-line
 - ◆ Legalidad / fiscalidad internacional
 - ◆ Logística
 - ◆ Atención al cliente
 - ◆ Analítica web

Exportar a través de Internet. Visión practica

Cambio ventaja competitiva
Los bits y los átomos conviven



Exportar a través de Internet. Visión práctica



Internet = ∞

- Masivo
- Abierto
- Democrático, **INTERACTIVO**
- Poco regulado
- Tecnológico (la tecnología es la clave)
- Útil, permite personalización
- Multisegmentado ó categorizado
- Veloz (éxito y fracaso)
- Mundial
- Ciclos de vida producto diferentes por país

www.experinter.com

Ventajas mercados digitales

- Disponibilidad de datos globales. (e-país)
- Reducción de costes.
- Segmentación - long tail – micronicho.
- Big data – Business Intelligence. (datos=\$)
- Tiempo 7/24.
- Sin intermediación.
- Interacción.

Exportar a través de Internet. Visión practica

¿Cómo empezar?



PROYECTO E-BUSINESS INTERNACIONAL

1. Análisis situación empresa.
2. Análisis estratégico internacionalización.
3. Diseño de la plataforma tecnológica.
4. Plan de marketing digital.
5. Plan económico.
6. Operativa del canal on-line.

Exportar a través de Internet. Visión práctica



✓ FASE 1: DEFINICIÓN ESTRATÉGICA

✓ FASE 2: DESARROLLO DE LA PLATAFORMA TECNOLÓGICA.

✓ FASE 3: GESTIÓN DEL CANAL DE VENTA ONLINE.

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica

Fase 1

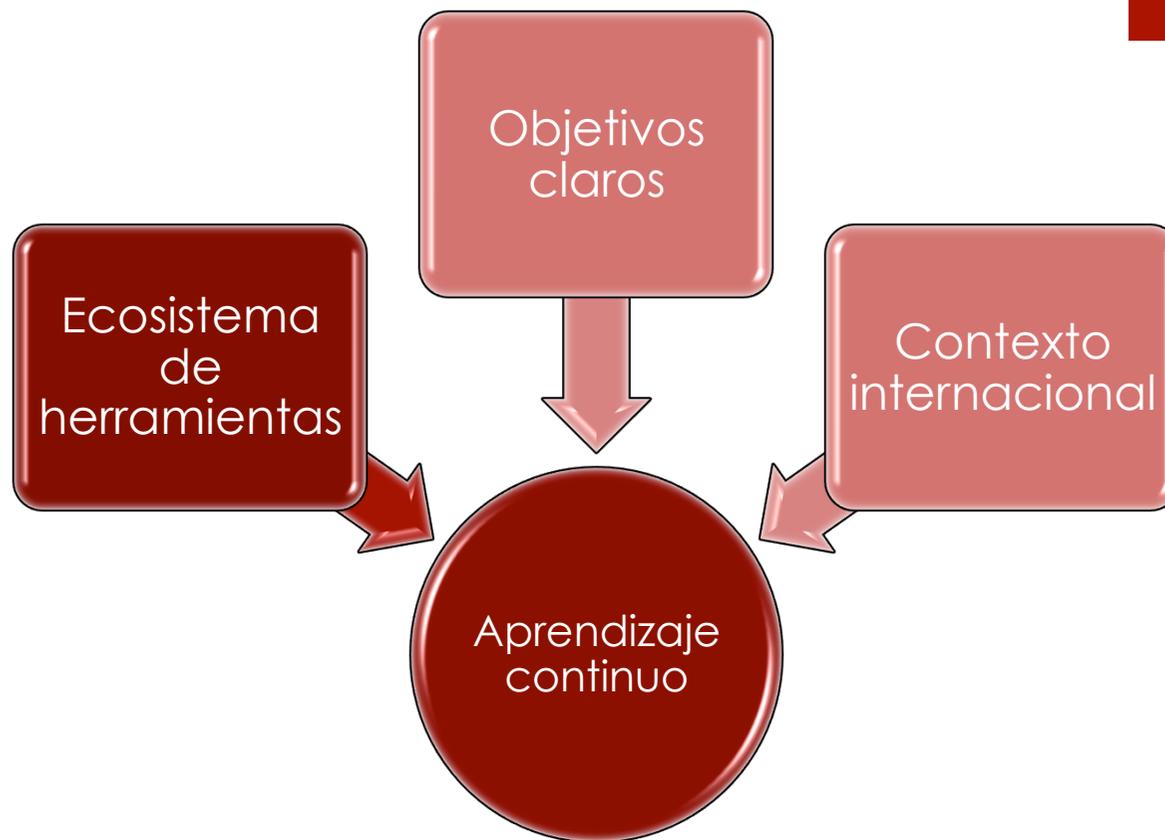


Lo primero:
la estrategia

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica

estrategia



estrategia

Ejemplos objetivos:

¿captar nuevos consumidores en mercados potentes?

¿crear productos específicos?

¿internacionalización paulatina en áreas de interés?

¿reducción de la cadena de distribución? eCommerce

¿reducción de costes de relación? eCRM

¿aumentar satisfacción clientes?

¿aumento conocimiento internacional de la marca?



estrategia



estrategia

- **Análisis de producto / servicio en el entorno on-line.**
- **Análisis DAFO.**
- **Selección de mercados internacionales.**
- **Mercado/s elegido/s:**
 - Análisis demanda (consumidor, lugar de consumo, proyecciones).
 - Análisis de la oferta (canal off-trade, canal on-trade, export-import).
 - Demanda digital (cuantificación, comportamiento y hábitos, ventas on-line, definición de Keywords).
 - Análisis Competidores (SEO, SEM, Webs, Grafo Social, tráfico...)

estrategia

■ **Mercado/s elegido/s:**

- Conclusiones tras el análisis de datos.
- Diseño del canal de distribución y venta
- Conflicto canal off-on-line.
- Estructura organizativa. RRHH.
- Selección de proveedores.

■ **Diseño de plataforma tecnológica:**

- Sistema de información de la compañía. (ERP, CRM)
- Web y plataforma de comercio electrónico.
- Infraestructura tecnológica, alojamiento y comunicaciones.

estrategia

- **Plan de Marketing digital:**
 - Objetivos y estrategia digital.
 - Interacción de medios.
 - WEB, SEO, SEM, E-MAILING, AFILIACIÓN...
 - Social Media (blogs, youtube, twitter, facebook...).
 - Definición de KPI,s (Key Performance Indicators).

- **Plan económico:**
 - Objetivos de venta on-line.
 - Proyecciones de producción y exportación.
 - Escandallos de precios.
 - Desglose ventas (SEM, SEO, Plan de marketing).
 - Costes y resultados del canal on-line.

Exportar a través de Internet. Visión práctica

estrategia

- **Operativa del canal on-line:**
 - Medios de pago por mercado.
 - Cumplimiento legal por mercado.
 - Logística.
 - Atención al cliente.

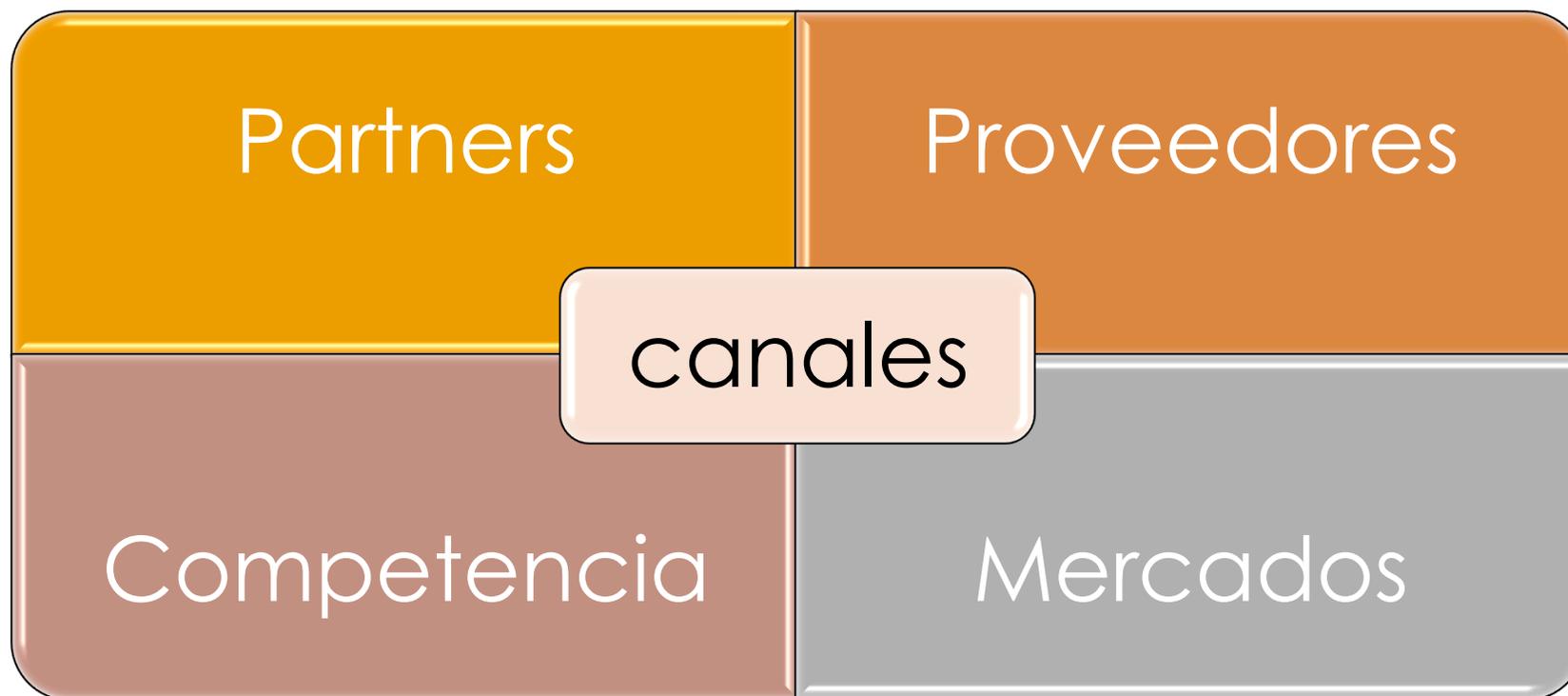


www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



estrategia



www.experinter.com

estrategia



- ✓ Cual es el mix producto/servicio/canal.
- ✓ Qué peso relativo tiene.
- ✓ Cuál es el canal principal.
- ✓ ¿Quién está en ese canal?
- ✓ Tienen su propio canal on-line
- ✓ Cómo podemos influir en ellos, hasta que punto.
- ✓ Proveedores, conocerlos, ver si tienen canal on-line.
- ✓ ¿Qué tipo de mercados ataca cada canal?

Exportar a través de Internet. Visión práctica

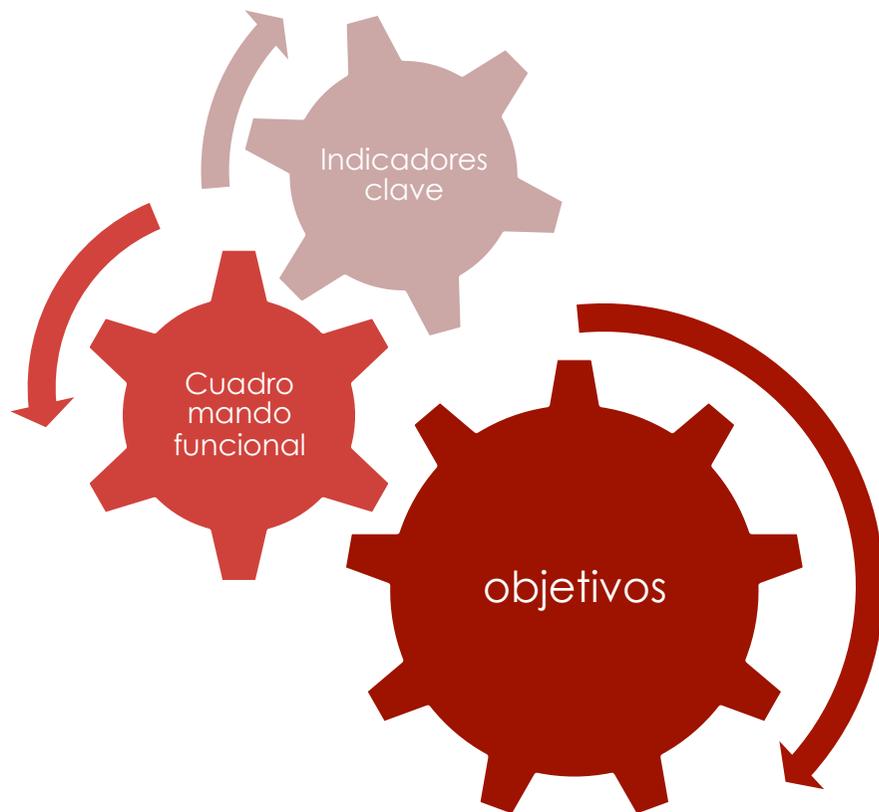


Éxito de la estrategia canal on-line

1. NO es una acción aislada sino estratégica.
2. Importancia de la visibilidad y encontrabilidad del canal web.
3. Objetivos: marca, ventas, etc..
4. Sistema de medición, control y seguimiento desde el minuto uno.
5. Implicación y compromiso de **TODOS**.

Exportar a través de Internet. Visión practica

Éxito de la estrategia canal online



CONCLUSIONES



OPTIMIZACIÓN

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica

Éxito de la estrategia canal online



■ HERRAMIENTAS PARA MEDIR:

- Tráfico
- SEO/SEM
- Grafo Social
- Influencers



socialmention*

MetricSpot

woorank
WEBSITE ANALYSIS TOOL

Alexa
Ranking

MAJESTIC
SEO

Google Ad Planner

μStat

Twellow

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión práctica

Éxito de la estrategia canal online

▪ MEDIR PARA TRIUNFAR



MARCA + ADQUISICIÓN + CONVERSIÓN + FIDELIZACIÓN

Cuadro de mando

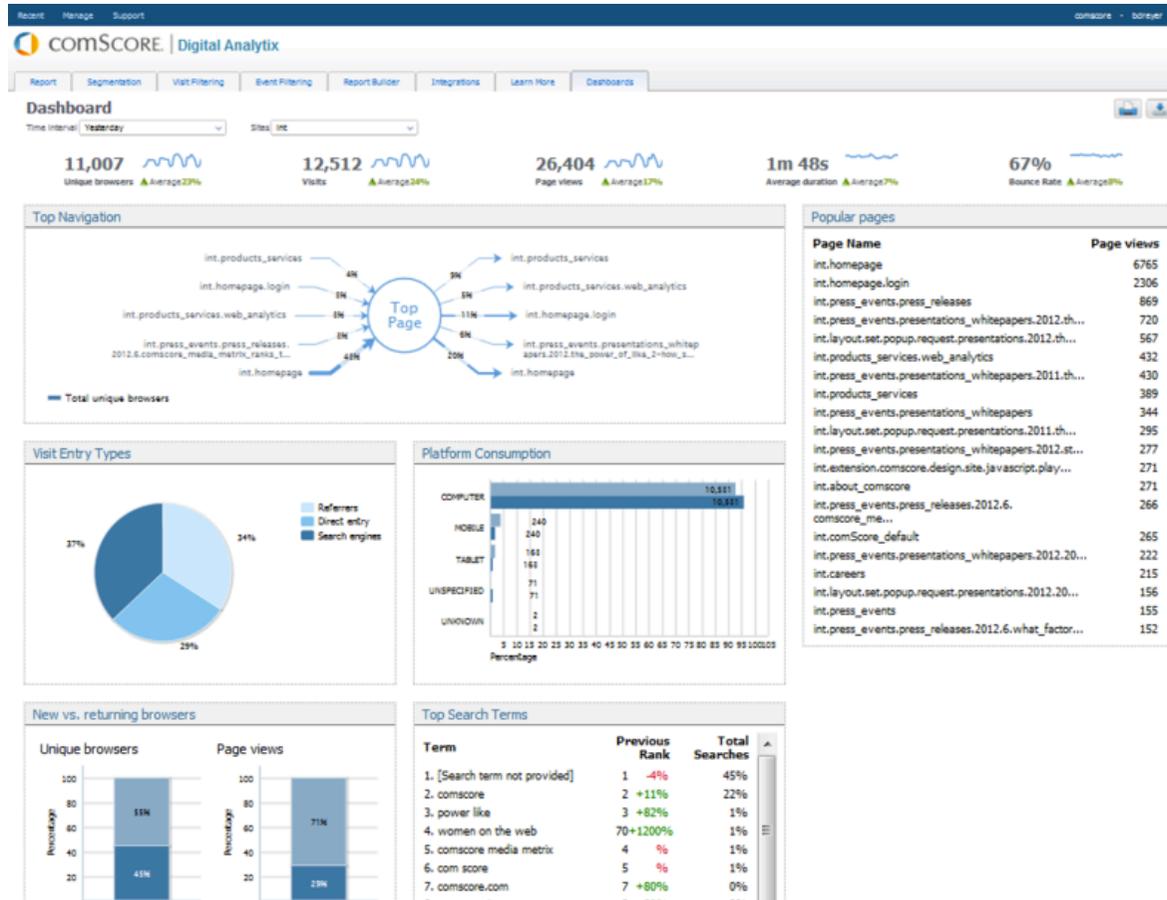
ROI de los activos digitales

Todo ello en conjunto conforman el hilo conductor que nos permite trabajar con los datos enfocados a la consecución de los objetivos de un sitio web.

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión práctica

BUSCAR UNA HERRAMIENTA ÚTIL



www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión práctica

Éxito de la estrategia canal online



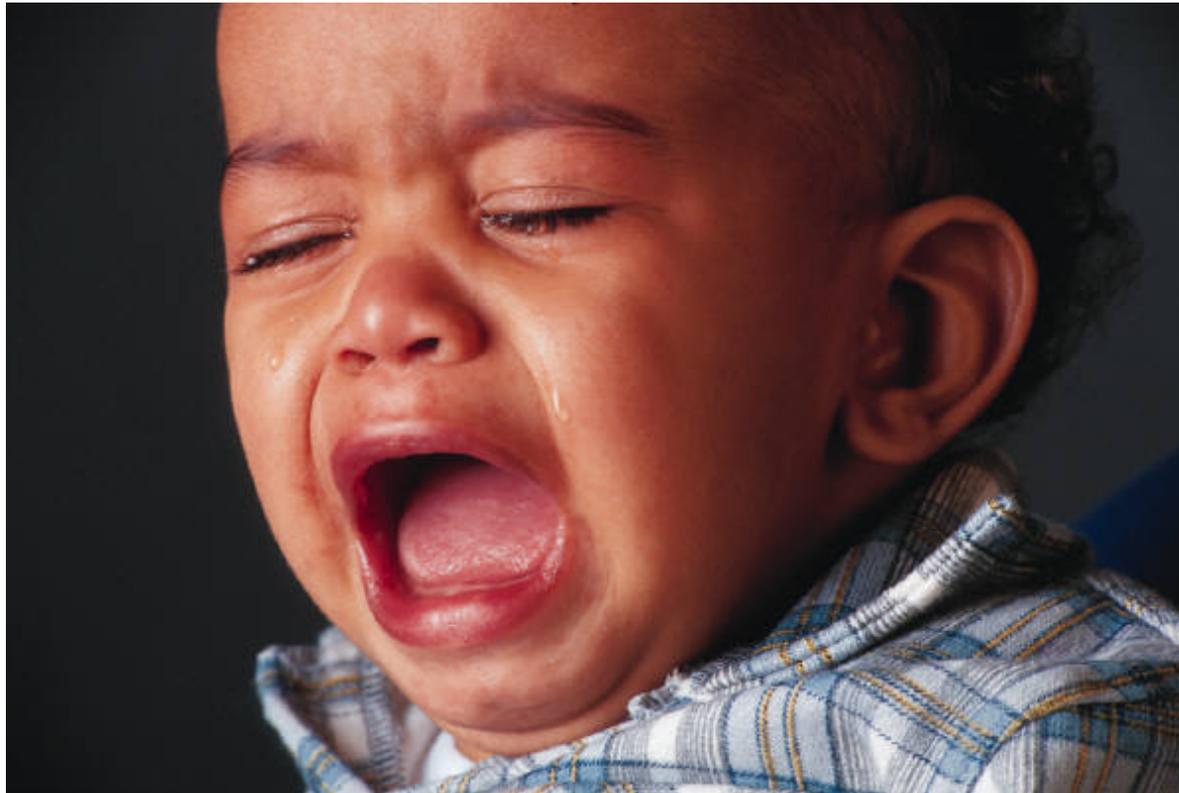
7 micro KPI's básicas:

1. Visitas de más de 30'.
2. Visitantes. IP y cookies.
3. Tiempo en página / site.
4. Tasa de rebote, < 30 %, (25 - 30 % ok).
5. Tasa de abandono (pág. donde salgo)
6. Tasa de conversión.

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica

Conflicto canal Off-line / On-line



www.experinter.com

CONFLICTO CANAL OFF-ON-LINE

- ✧ Integrar ambos canales: devoluciones, servicio postventa, entregas, ...
- ✧ Diferente portafolio.
- ✧ Productos descatalogados o en liquidación.
- ✧ Segundas marcas.
- ✧ Personalizar la venta.

Exportar a través de Internet. Visión práctica



EFECTO ROPO y ROBO

ROPO Research Online Purchase Offline. (70%)

Información en internet, compra en tienda física.

ROBO Research Online Buy Online.

Se prueba un producto en la tienda física y se busca en la red el mejor precio o compra por comodidad.

www.experinter.com

ANÁLIZA TU CADENA DE VALOR

Grado de madurez (proveedores, partners, competidores, distribuidores...)

Desintermediación, el fabricante es capaz de llegar al cliente final, cual es tu posición y que puedes aportar al cliente final.

La competencia es mayor pasa a ser global.

Los procesos se vuelven más rápidos, el consumidor tiene capacidad de comparación.

Exportar a través de Internet. Visión practica

Fase 2



Lo segundo:

Plataforma tecnológica

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



Plataforma tecnológica

- Alojamiento y dominio.
 - Capacidad, escalabilidad y flexibilidad
- Tecnología aplicable y diseño de la web.
 - Usabilidad, simplicidad, rapidez.
 - Integración con ERP, CRM...
 - Estructura clara, mapa web, idiomas, multidivisa.
- Fotografía y audiovisual.
 - Calidad, alta resolución, profesionalidad.

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



Plataforma tecnológica

EJEMPLO REQUISITOS MINIMOS VENTA ON-LINE

- **Página central.**
- **Catalogo de productos y servicios.**
- **Carrito de la compra, el cliente siempre informado paso a paso.**
- **Sistemas de promoción y ofertas.**
- **Motor de búsqueda.**
- **Requisitos de contratación on-line.**
- **Logística, gastos de envío y fiscalidad.**
- **Medios de pago.**
- **Política de entregas y devoluciones.**
- **Servicio de atención al cliente y gestión de las incidencias.**

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



Plataforma tecnológica

SELECCIÓN ADECUADA

- Partimos de la definición estratégica.
- Nivel de inversión disponible.
- Disponibilidad de Recursos Humanos internos.
- Definir perfiles involucrados (programadores, Community manager, responsable de sistemas...)

FACTOR CRÍTICO:

LA INTEGRACION CON MI SISTEMA DE GESTIÓN INTERNO.

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



Plataforma tecnológica

Pensar qué necesitamos:

- Marketing digital.
 - Administración de pedidos.
 - Gestión del fraude.
 - Gestión de almacén.
 - Logística.
 - Servicio al cliente.

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



Plataforma tecnológica

opciones

Desarrollo a medida.

Tenemos que disponer de RRHH especializados, coste elevado.

Proveedor tecnológico externo.

Licencia de software o en código abierto.

Ejemplo: (Magento, Prestashop...)

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión práctica



Plataforma tecnológica

opciones

Plataformas de software como servicio (SaaS).

Servicios paquetizados con funcionalidades habituales.

Ejemplos: Arsys, Acens, 1and1, Shopify, Prestabox o Amazon WebStore...

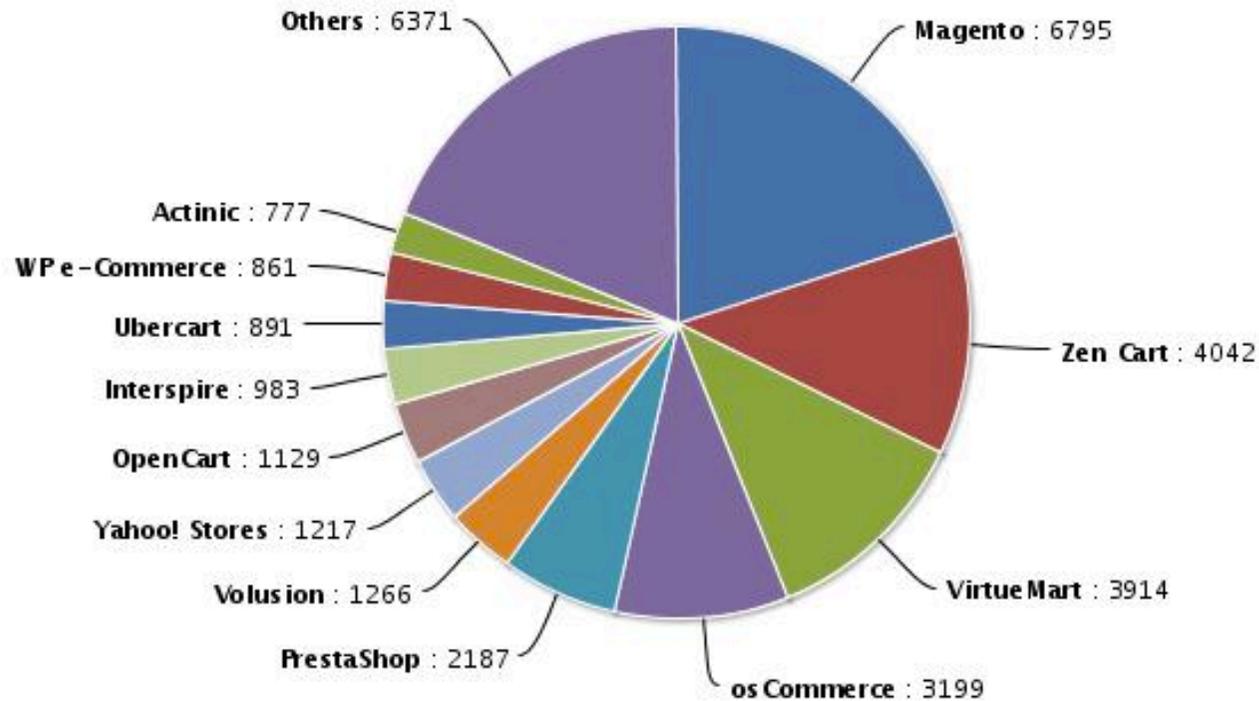
Servicio externalizado.

Proveedor nos proporciona toda la tecnología más servicios a cambio de un fee mensual o un % ventas. Ejemplos: (GSI Commerce de eBay, PFSWeb, Zerogrey, Theetailers..)

www.experinter.com

Plataforma tecnológica

Most Popular eCommerce Software (Top 1M Sites), Feb 2012



Highcharts.com

Exportar a través de Internet. Visión práctica

Fase 3



Lo tercero:

Operativa canal on-line

www.experinter.com

Exportar a través de Internet. Visión practica



Medios de pago on-line



www.experinter.com

Medios de pago on-line

Análisis coste beneficio de los medios de pago.

Elección e implantación:

- Transferencia bancaria.
- Domiciliación bancaria.
- Contra-reembolso.
- TPV virtual.
- PayPal, SafetyPay, Allopass, etc.

Análisis de las ventas incrementales.

Gestión de los pagos internacionales.

Política de fraude.

Uso de herramientas de seguridad: Firma electrónica.

Cumplimiento de la normativa PCI DSS

Medios de pago on-line

- **Operativa Multidivisa**

- **DCC Dinamic Currency Conversion**

Cuando el TPV virtual detecta que la tarjeta es de un país con moneda diferente al €, automáticamente pantalla informativa para elegir entre pagar en € mediante conversión on-line del importe en la divisa que prefiera.

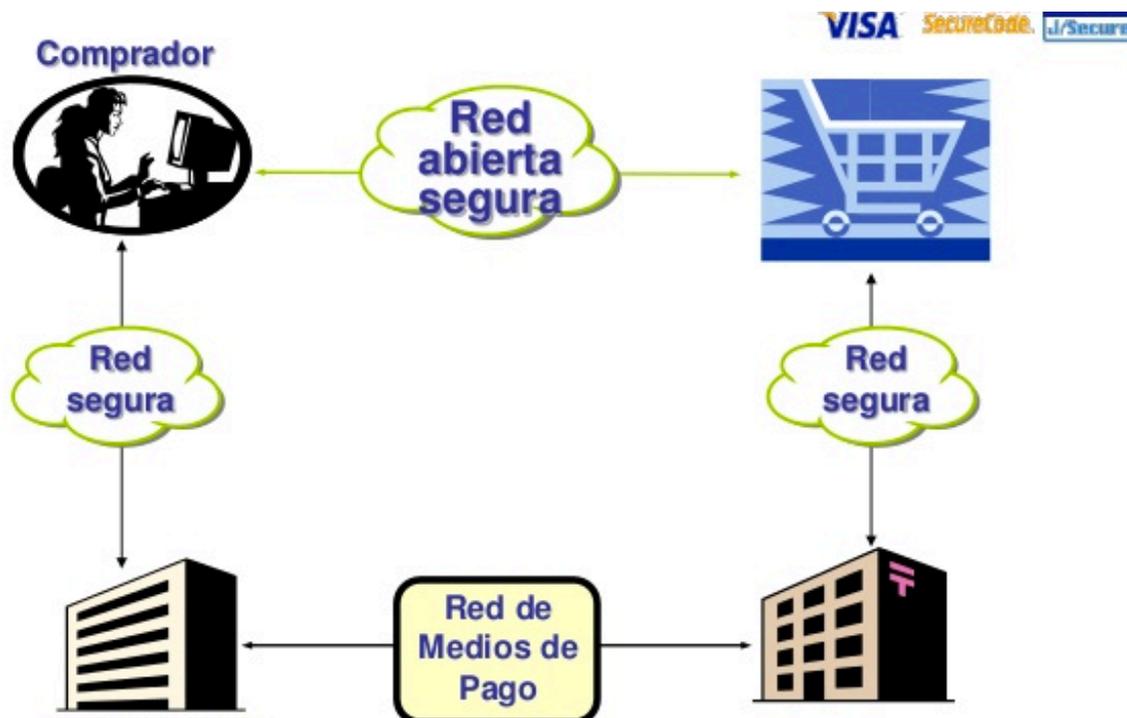
Licencia CrossBorder de tarjetas. VISA y MasterCard para procesar pagos nacionales y extranjeros.

Normativa PCI de seguridad. www.pcisecuritystandards.org

Exportar a través de Internet. Visión practica



Medios de pago on-line



Fuente: Jordi Pascual BancoSabadell

www.experinter.com

Medios de pago on-line

Control del fraude:

- ✓ La propia empresa.
- ✓ El banco adquirente.
- ✓ Empresa especializada (IPSP, MSO...)

Medios de pago on-line

KPI's medios de pago:

Ratio transacciones autorizadas.

R.T. Denegadas por:

- Empresa
- IPSP
- Banco adquirente
- Banco emisor

Ratio transacciones autorizadas.

- Reclamaciones, abandonos.

Cumplimiento normativa

- **Protección de datos de carácter personal.**
- **Principios legales:** información, acceso a datos por terceros, consentimiento,...
- **Comunicaciones publicitarias.**
- **Contratación online,** condiciones legales para la entrega y la devolución.
- **Aspectos fiscales.**
- **Propiedad intelectual.**

Cumplimiento normativa

- **Normativa local país.**
- **Términos y condiciones legales.**
- **Normativa Europea.**

Cumplimiento normativa

Directiva 2011/83/EU sobre los derechos de los consumidores que armoniza la normativa europea respecto a los contratos a distancia y en el comercio electrónico.

- Proporcionar al cliente la posibilidad de archivar condiciones generales aplicables a contratación.
- Botón “contrato con obligación de pago” con el objetivo de garantizar que el consumidor que confirma el pedido, sea consciente de la obligación de pago.
- En la información previa al contrato se ha de indicar el precio total, incluidos impuestos y “todos los gastos adicionales” (transporte, entrega o postales y cualquier otro gasto).
- Se exige informar sobre la duración del contrato y las cláusulas de permanencia (duración mínima de las obligaciones del consumidor), así como sobre las condiciones de resolución en los contratos.
- Se establece un plazo máximo de 14 días para devolver cualquier producto comprado a distancia, siendo el consumidor quien asume los costes de la devolución. El vendedor tendrá la obligación de reembolsar al consumidor todos los pagos realizados, por el mismo medio de pago.
- El Plazo máximo de entrega es de 30 días desde la firma del contrato. Si no se respeta este plazo, el consumidor tendrá derecho a cancelar la transacción.

Exportar a través de Internet. Visión practica



Gestión del canal on-line

- Herramientas de medición KPI's.
- Gestión ventas, ejecución plan de marketing digital.
- Gestión continua del canal : pedidos, reclamaciones, incidencias, fraude, servicio al cliente...
- Indicadores y cuadro de mando.
- Acciones correctivas.

www.experinter.com

Gestión del canal on-line



HelloGoogle.com 2008

Exportar a través de Internet. Visión práctica

Fases de un proyecto



www.experinter.com

Fases de un proyecto

- **Conocimiento del mercado internacional**

Ficha e-país,

datos e-socioeconómicos,

oferta digital,

análisis demanda digital,

nivel tecnológico país,

tecnificación del consumidor.

....

Fases de un proyecto

Análisis Demanda digital B2C keyword

1. Buscador de google.
2. Estimador de tráfico de google.
3. Herramienta de palabras clave google.

MERCADO POTENCIAL

Fases de un proyecto

Análisis Oferta (10 por cada país):

1. Top 5 en SEO.
2. Top 5 en SEM:
 - ✧ Análisis de esas webs.
 - ✧ Análisis mediante herramientas especializadas.

COMPETENCIA

www.experinter.com

Fases de un proyecto

2. Extracción de conclusiones.
3. Elaboración del plan de marketing.
 - ✧ Venta a través de marketplaces. Acciones concretas.
 - ✧ Análisis de los costes directos de marketing de dichas acciones.

COSTES / PLAN ECONOMICO

Exportar a través de Internet. Visión practica

EJEMPLO

CONCEPTOS	CASO 1	CASO 2
RR.HH.	25.000	70.000
MARKETING ONLINE	15.000	50.000
ATENCIÓN CLIENTE	7.000	30.000
LOGÍSTICA	7.000	20.000
CONSULTORIA	5.000	10.000
PLATAFORMA TECNOLÓGICA	3.000	20.000
IMAGEN Y AUDIOVISUAL	2.000	10.000
LEGAL Y FISCAL	1.500	5.000
TOTAL	65.500	215.000

Fases de un proyecto

Ventas	On-line			Off-line
Uds.	1.000		Uds.	1.000
Precio medio	450		Precio medio	300
Venta total	450.000		Venta total	300.000
CMV	150.000		CMV	150.000
Margen bruto	300.000		Margen bruto	150.000
Coste canal online	65.000		Marketing comerciales	75.000
Pago online fraude	10.000			
Margen neto	150.000		Margen neto	75.000

Exportar a través de Internet. Visión práctica



Experinter[®]
Expert International Consulting

GRACIAS

juan.martinez@experinter.com

www.experinter.com