



MODELO DE NEGOCIO EN INTERNET

TIENDAS VIRTUALES

¿QUÉ ES UN MODELO DE NEGOCIO?

- Se centra en la comercialización de productos y servicios a través de plataformas digitales, eliminando la necesidad de una presencia física para las transacciones comerciales

1 – PLANIFICACIÓN Y ESTRATEGIA

TIENDA VIRTUAL EXITOSA



COMIENZA CON

Una cuidadosa planificación y estrategia.

INCLUYE

Análisis de mercado y competencia.

DEFINICIÓN

De un nicho de mercado y público objetivo.

DESARROLLO

Estrategias de marketing digital, como SEO, SEM y la utilización de redes sociales para atraer y retener clientes.

SEO vs SEM



No tiene un coste directo



Trabajo constante y resultados
a medio/largo plazo



Incremento constante



Tiene un coste directo por clic



Resultados a corto plazo

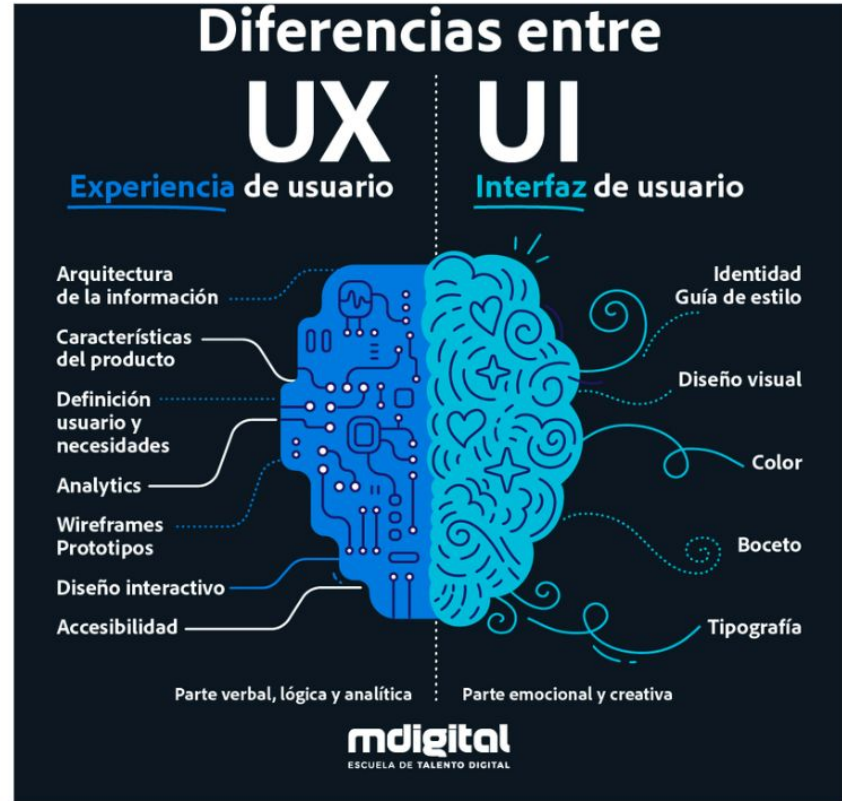


Solo hay visibilidad si se paga

Mientras que el SEM está basado en el pago de anuncios para que se coloquen en las SERP (Search engine results page), el SEO se centra en mejorar la visibilidad y posicionamiento de nuestra página de manera orgánica.

2 – DISEÑO Y USABILIDAD

EL DISEÑO DE LA TIENDA VIRTUAL ES CRUCIAL PARA LA EXPERIENCIA DEL USUARIO Y LA INTERFAZ DE USUARIO.



3 – GESTIÓN DE PRODUCTOS

LA ADMINISTRACIÓN EFICIENTE DE INVENTARIOS Y CATÁLOGOS DE PRODUCTOS ES ESENCIAL. ESTO INCLUYE LA CREACIÓN DE DESCRIPCIONES DETALLADAS Y FOTOGRAFÍAS DE ALTA CALIDAD, ASÍ COMO LA IMPLEMENTACIÓN DE POLÍTICAS DE PRECIOS COMPETITIVOS Y DESCUENTOS QUE ATRAIGAN A LOS CONSUMIDORES.

Los diferentes modelos en Internet



Ing. Juan Pablo Del Alcázar Ponce

4 – MEDIOS DE PAGO

OFRECER DIVERSAS OPCIONES DE PAGO

- Tarjetas de crédito.
- PayPal.
- Transferencias.

La gestión de transacciones seguras y las políticas claras de reembolsos y devoluciones son también cruciales para ganar la confianza del consumidor.



5 – PLATAFORMAS DE ECOMMERCE

VENTAJAS Y DESVENTAJAS

SHOPIFY



WOOCOMMERCE



MAGENTO



WIX ECOMMERCE



Conclusión

El modelo de negocio en internet para tiendas virtuales ha transformado significativamente el comercio, permitiendo la comercialización de productos y servicios sin la necesidad de una presencia física.