



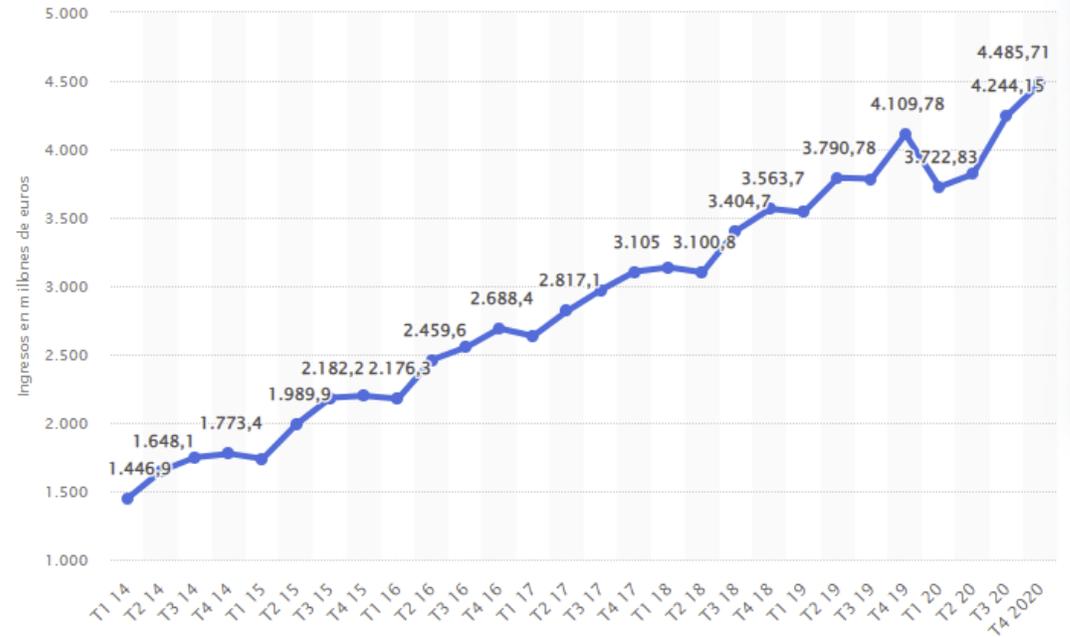
DIGICOM
PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

15 de NOVIEMBRE de 2022
Esto ha sido DIGICOM
Mariana Pérez Panizo

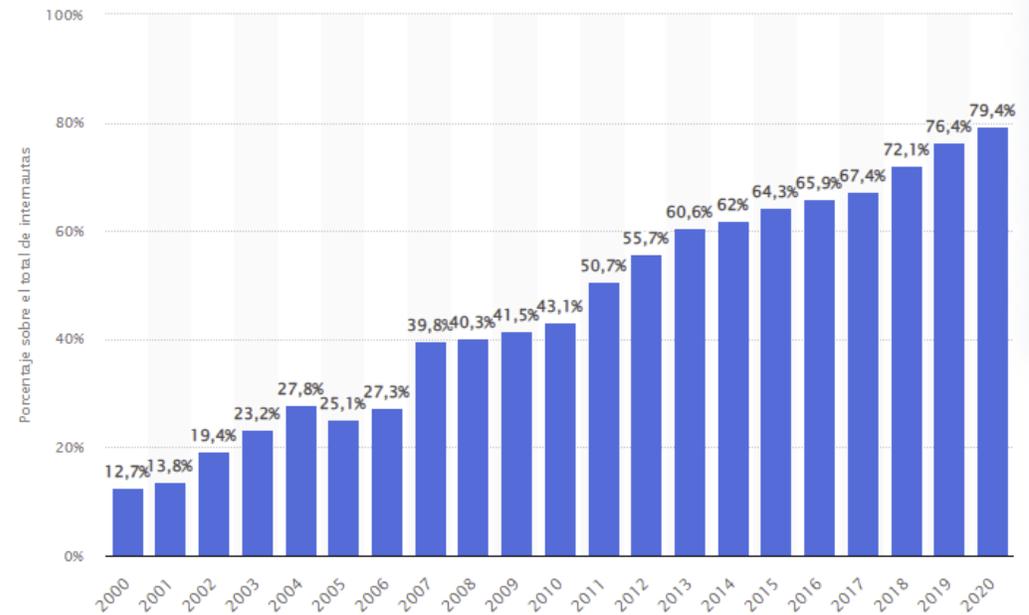


El comercio electrónico en España del 2014 al 2020

(en millones de euros)



Evolución % de compradores en internet sobre el total de internautas en España entre 2000 y 2020



Detalles: España; Red.es; TNS; 2000 - 2020; 2.900 encuestados; 16-74 años; Entrevista online auxiliada por ordenador (CAWI)

 Solicite derechos de publicación

© Statista 2022



Modelo de negocio
(Canvas)



Marca



Cliente
(Buyer Persona)

Los cinco pilares de la venta on-line



Precio



Geografía



Catálogo



Confianza



Experiencia de usuario

E-COMMERCE

MARKETPLACE

ESTRATEGIAS PARA VENDER ONLINE : PLATAFORMAS



Hosting propio



Mayor inversión inicial



Menor visibilidad en internet



Sin competencia en la web



Todas las ganancias por venta son para el vendedor



Personalizable

Hosting general



Menor inversión inicial



Mayor visibilidad en internet



Competencia en la web



El marketplace se queda con una comisión por cada venta



No se puede personalizar



Puntos clave a tener en cuenta



Qué



Dónde



Cómo pago/cobro



Legislación



Estrategias venta

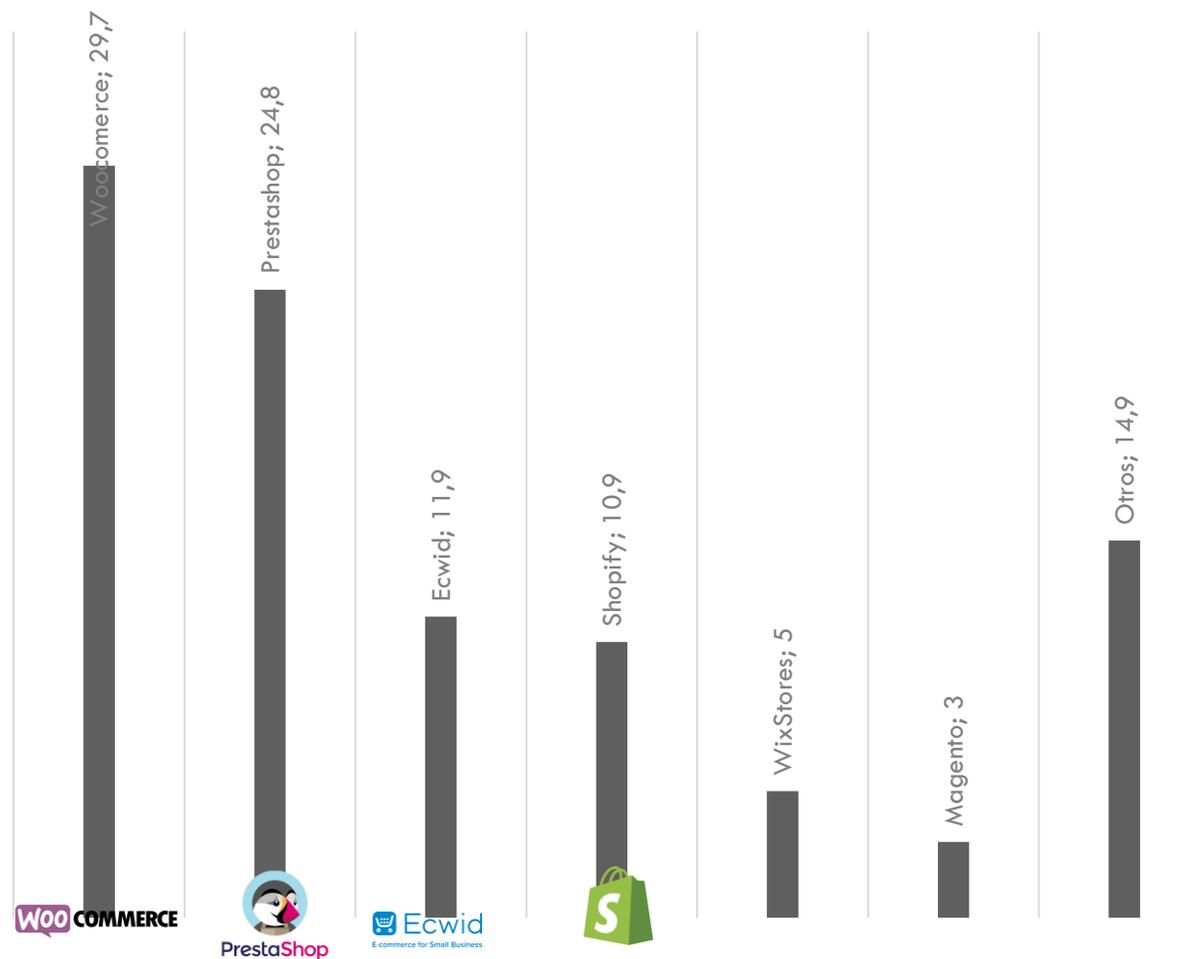


Diseño tienda



Atención al cliente

PLATAFORMAS QUE USAN LOS E-COMMERCE EN ESPAÑA 2022



<https://getquipu.com/blog/mejores-plataformas-ecommerce/>

Multicanalidad vs Omnicanalidad

Multicanalidad:

Tener presencia en diferentes canales:
redes sociales, call centers, tiendas
físicas y más.

Omnicanalidad

Gestión de MKT que busca una
interacción unificada de los diferentes
canales.

Espera mejorar la experiencia de
compra del cliente.

Tener coordinadas todas las partes
implicadas en el proceso de compra

Ventajas de la omnicanalidad

Facilita mucho el trabajo.

Ofrece nuevos insights: Planes de acción, datos del cliente en tiempo real.

Buena relación marca-cliente

Mejor productividad

Mayor conversiones

Recopilación de información



Que se vea que es una página viva que incluya un banner/slider con información de actualidad, última gran novedad, una oferta, una promoción...





Lo más importante. Un menú de productos bien segmentado y estructurado. A Google le encanta.

fútbol emotion BOTAS DE FÚTBOL GUANTES DE PORTERO FÚTBOL SALA ROPA DE FÚTBOL EQUIPACIONES FANS LIFESTYLE ACCESORIOS NIÑOS **BLACK FRIDAY**

Botas de fútbol

BOTAS DE OFERTA	BOTAS DE FÚTBOL ADIDAS	RESTO DE MARCAS	TIPO DE SUELA	LAS BOTAS DE TUS ÍDOLOS	ÚLTIMOS LANZAMIENTOS
BOTAS DE NOVEDAD	Botas de fútbol adidas Predator	Botas de fútbol Joma	Botas de fútbol con taco AG para césped artificial	Cristiano Ronaldo	
RECOMENDADOR DE BOTAS	Botas de fútbol adidas X	Botas de fútbol Lotto	Botas de fútbol con taco FG para césped natural	Leo Messi	
BOTAS PARA NIÑOS	Botas de fútbol adidas Nemeziz	Botas de fútbol Mizuno	Botas de fútbol con tacos Mixtos para césped natural	Neymar Jr.	
BOTAS PARA MUJER	BOTAS DE FÚTBOL NIKE	Botas de fútbol Munich	Botas de fútbol con tacos de Aluminio para césped natural	Gareth Bale	
	Botas de fútbol Nike Mercurial	Botas de fútbol New Balance	Botas de fútbol con suela Turf para césped artificial	Luis Suárez	
	Botas de fútbol Nike Phantom GT	Botas de fútbol Puma		Lewandowski	Y ADEMÁS...
	Botas de fútbol Nike Phantom Venom	Botas de fútbol Umbro		Antoine Griezmann	Accesorios para botas de fútbol
		Ver todas las botas		Sergio Ramos	Sneakers
				Marco Asensio	Tacos de goma y aluminio para botas de fútbol
				Isco Alarcón	

Recomendable que exista una correspondencia entre los términos de búsqueda y los menús.

Un menú de productos claro



The screenshot shows a navigation menu with the following categories: Home, La Cocina de Conasi, Alimentación ecológica, **Cosmética ecológica**, Limpieza e Higiene eco, Textil ecológico, Zero Waste, Infantil, Libros, Novedades, Ofertas, Outlet, and Blog. The 'Cosmética ecológica' category is selected, displaying a sub-menu with options like 'Cosmética corporal', 'Cosmética facial', 'Cosmética ecológica infantil', 'Cosmética masculina', 'Cuidado del cabello' (with sub-items: Champús Ecológicos y Naturales, Tintes Ecológicos para el Pelo, Tratamientos Capilares Naturales), and 'Protectores solares'. Below the sub-menu, three 'PRODUCTO RECOMENDADO' cards are shown:

- Crema de manos de caléndula - Amapola Biocosmetics**: 5,50 €
- Champú sólido ecológico cabello graso, Equilibrio - Matarrania**: 11,70 €
- Aceite de rosa mosqueta ecológico - Amapola Biocosmetics**: 9,50 €

Zona de promociones y ofertas



BOTAS DE FÚTBOL EN OFERTA



GUANTES EN OFERTA



FÚTBOL SALA EN OFERTA



SNEAKERS EN OFERTA



PROD. OFICIAL EN OFERTA



BALONES EN OFERTA

 Ayuda

Zona de destacados o recomendaciones personalizadas

DESTACADOS



LOOK OF FOOTBALL



ADIDAS INFLIGHT HASTA -45%



PUMA SPEED OF LIGHT [? Ayuda](#)

PRODUCTOS DESTACADOS



BOTAS DE FÚTBOL
ADIDAS



BOTAS DE FÚTBOL
NIKE



ZAPATILLAS DE
FÚTBOL SALA



LIFESTYLE



GUANTES DE
PORTERO



CAMISETAS DE
FÚTBOL



Recomendaciones personalizadas

¿Podemos cambiar el escaparate de nuestra tienda en función de la persona que se pare a mirarlo?

En la Web si es posible

● NOVEDADES 🍷 TE RECOMENDAMOS ★ MÁS VENDIDOS



Cabezal + 2 mesitas Sweet
125,00 €



Espejo Joyero Decoración
86,99 €



Cómoda Sweet
72,64 €



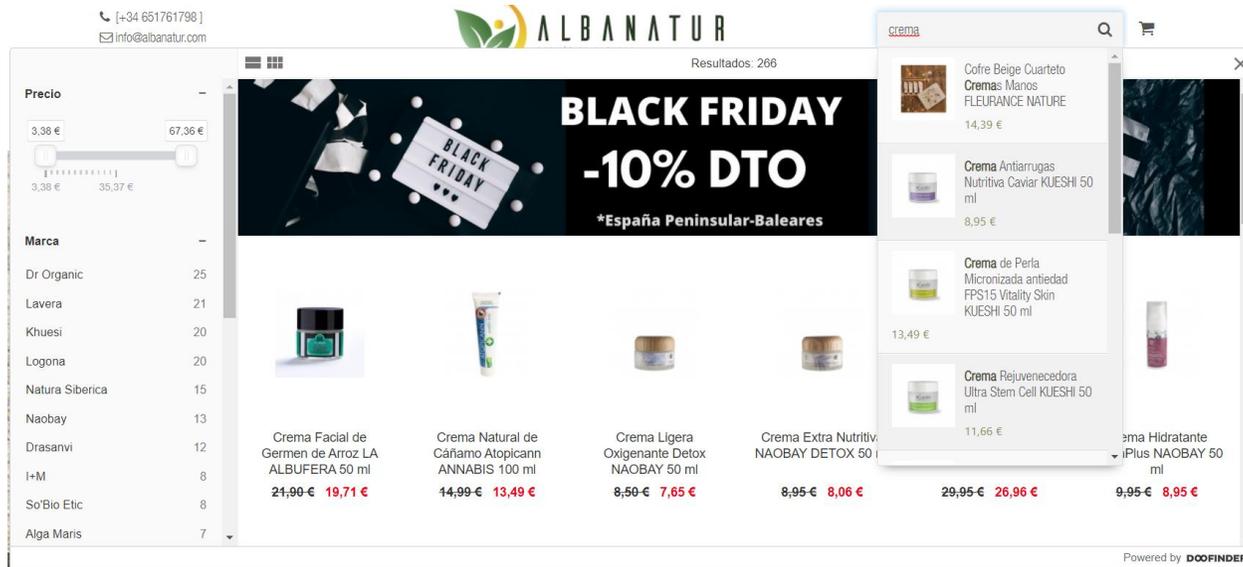
Mesa de comedor extensible Ke
122,90 €

★★★★☆
Bueno
4.01/5.00
TRUSTED SHOPS



Buscador interno

Un elemento importante y que en la mayoría de las ocasiones pasa desapercibido.



El uso del buscador interno de un eCommerce triplica su conversión (Flat101)

En un lugar visible.

Sugerir opciones que ayuden al usuario.

Previsualice resultados según se escribe de un modo inteligente.

Lista de deseos

Puede que a un usuario le interese un producto pero no pueda comprarlo en ese mismo momento.

My Wishlist

	Product name	Unit price	Stock status	
	 Beanie with Logo	\$20.00 \$18.00	In Stock	Added on: April 17, 2020 Add to cart

Share on:



Añadiéndolo a su *Wishlist* tendrá en una única pestaña todos esos productos que le gustan.

Y ayudará a mejorar las recomendaciones del cliente y la información que recibimos de nuestros productos.

Zona de Opiniones

¿Qué opinan nuestros clientes?

Nos han dado una calificación de 4.90 sobre 5 basada en 188 reseñas de 

🕒 09/09/2020 ★★★★★
Excelente servicio, atención y rapidez en el envío, un 10. Para repetir sin duda..

🕒 03/09/2020 ★★★★★
Buen trato , entrega rápida y mucha variedad.

🕒 03/09/2020 ★★★★★
Siempre nos ha ido bien. Buenos productos, máxima atención y entrega muy rápida. A seguir así.

🕒 03/09/2020 ★★★★★
El envío fue rapidísimo de un día para otro, el producto estaba en perfecto estado y además empaquetado con detalle. Sin duda lo recomendaría.

🕒 02/09/2020 ★★★★★
El producto inmejorable y a un muy buen precio, la entrega rapidísima y todos los detalles, incluida la documentación me han sorprendido por el mimo y cuidado que han puesto en todo

🕒 20/08/2020 ★★★★★
No es la primera vez que realizamos pedido y no será la última, porque cuidan hasta el mínimo detalle. Muy satisfechos con todo





Acceso a la información corporativa, dejar claro los gastos de envío, los plazos de entrega

Envío gratuito a partir de 49€*
 Entrega en 24h
 Financia tu compra
 ¿Tienes dudas? 911 982 460

Piensoymascotas

<p>QUIÉNES SOMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> Quiénes somos Política de Privacidad Política de Cookies Contacta con nosotros Mapa del sitio 	<p>COMPRAR CON NOSOTROS</p> <ul style="list-style-type: none"> Condiciones de envío Aviso legal Condiciones de uso Pago seguro Autorización para la venta de productos veterinarios sin receta Bases legales Sorteo Formulario de desistimiento 	<p>TU CUENTA</p> <ul style="list-style-type: none"> Información personal Pedidos Direcciones Cupones de descuento Mis listas de deseos 	<p>INFORMACIÓN DE LA TIENDA</p> <ul style="list-style-type: none"> Avenida de Chinales Parcela 13 España Córdoba 14007 info@piensoymascotas.com
---	---	--	--

Otras páginas del grupo: [mibandapizza.com](#) [mimale.com](#) [playasparaperros.info](#)

Ayuda

Envío gratis a España Peninsular a partir de 50 €
 Devoluciones y cambios gratuitos
 Entrega en 1-2 días laborables
 Beneficios para socios
 APP Fútbol Emotion
 Reapertura de tiendas





Lo importante de incluir una sección de ayuda a la compra

TURRONESYDULCES.COM
El mayor catálogo de turrones y dulces del mundo · Jijona



Pedido Telefónico: +34 965 65 86 43
Email: pedidos@turronesydulces.com

Búsqueda...



INICIO TURRÓN MAZAPANES POLVORONES CHOCOLATES PELADILLAS LOTES Y REGALOS PROFESIONALES OTROS

DE DECE

Cuéntanos qué necesitas y te respondemos lo más rápido posible.



Fabián

Consulta rápida whatsapp

mas información



Plantamos un árbol con cada pedido de turrón

1 = 1

Dejar un mensaje

Introduzca su nombre (Obligatorio)

Su dirección de correo (Obligatorio)

Número de teléfono

Escriba su mensaje aquí y haga clic en Enviar

Enviar



Sección de preguntas frecuentes. ¿Qué les preocupa ahora en el contexto actual?

Preguntas frecuentes

AYUDA. PREGUNTAS FRECUENTES. FAQs

- **1. SOBRE LOS PEDIDOS**
 - [¿Es seguro hacer una compra online?](#)
 - [¿Es necesario registrarse para hacer un pedido?](#)
 - [¿Cuánto tarda en llegar mi pedido a casa?](#)
 - [¿Cómo hago mi pedido?](#)
 - [¿Cómo sé que mi pedido se ha realizado correctamente?](#)
 - [¿Puedo anular o modificar mi pedido?](#)
 - [¿Cómo puedo saber si un artículo está en stock?](#)
 - [¿Qué pasa si no estoy en casa cuando llega mi pedido?](#)
 - [¿Qué ocurre si no tenéis en stock todos los productos que he comprado?](#)
 - [¿Puedo añadir un producto a un pedido que ya he hecho?](#)
- **2. GASTOS DE ENVÍO, PRECIOS Y FORMAS DE PAGO**
 - [¿Existe un importe mínimo de compra?](#)
 - [¿Cuáles son los Gastos de Envío?](#)
 - [¿El IVA está incluido en los precios de la tienda?](#)
 - [Vivo en Canarias, Ceuta o Melilla. ¿Pagaré el IVA?](#)
 - [¿Hay gastos de envío extras que no aparecen en la tienda?](#)
 - [¿Cuáles son los métodos de pago?](#)
 - [¿Tengo que pagar algo al recibir el pedido?](#)
- **3. DEVOLUCIONES Y REEMBOLSOS**
 - [¿Puedo devolver un artículo después de recibirlo?](#)
 - [¿Cómo hago el envío para devolver un producto?](#)
 - [¿Cuándo y cómo recibiré el reembolso de mi dinero?](#)
 - [¿Qué hago si he recibido un producto en mal estado?](#)

¿Sois fabricantes? ¿Son fabricados en España?

Si, somos fabricantes desde hace 25 años. Están fabricados en España, en Vinaroz, Castellón.

¿Por qué los colchones van enrollados? Dicen que los enrollados son de muy baja calidad

Los colchones se fabrican y se enrollan sobre pedido, con lo cual al cliente le llega al día siguiente de su fabricación, al colchón no le pasa nada, no pierde ni firmeza ni cualidades.

¿Por qué siendo fabricantes no tienen colchones en stock?

No tenemos colchones en stock porque es malo tener colchones enrollados durante mucho tiempo, ahí es cuando el colchón pierde sus cualidades.

[Inicio](#) / [Tus dudas resueltas](#) / [Las preguntas más frecuentes sobre ventiladores de techo](#)

Las preguntas más frecuentes sobre ventiladores de techo

1. Quiero comprar un ventilador de techo... ¿Por dónde empiezo?
2. ¿Cuántos grados enfría un ventilador de techo?
3. ¿Qué es la función invierno?
4. ¿Es silencioso un ventilador de techo? ¿Puedo instalarlo en un dormitorio?
5. ¿Qué es el motor DC?
6. ¿A qué altura debo instalar mi ventilador de techo?
7. ¿Puedo instalar un ventilador en un techo inclinado?
8. He instalado el ventilador de techo y la luz no funciona
9. El botón de luz del mando enciende el motor del ventilador, y viceversa
10. ¿Instaláis vosotros los ventiladores? ¿Puedo instalarlo yo mismo?
11. ¿Tenéis ventiladores de techo con temporizador?
12. ¿Puedo conectar un ventilador DC directamente a la corriente de mi casa?
13. ¿Puedo controlar dos ventiladores con un mismo mando a distancia?
14. ¿Puedo instalar un ventilador en un falso techo?
15. El receptor del mando a distancia no cabe en el ventilador
16. Cómo lograr que tu ventilador de techo dure mucho tiempo
17. ¿Qué ventiladores llevan mando a distancia con temporizador?



La importancia de la página Quienes Somos

Una buena página de Quienes Somos o Sobre Nosotros ayuda a generar confianza y a cerrar ventas.

Contar la historia, mostrar fotografías del equipo, de la tienda, cuales son los puntos fuertes, menciones en prensa, testimonios...

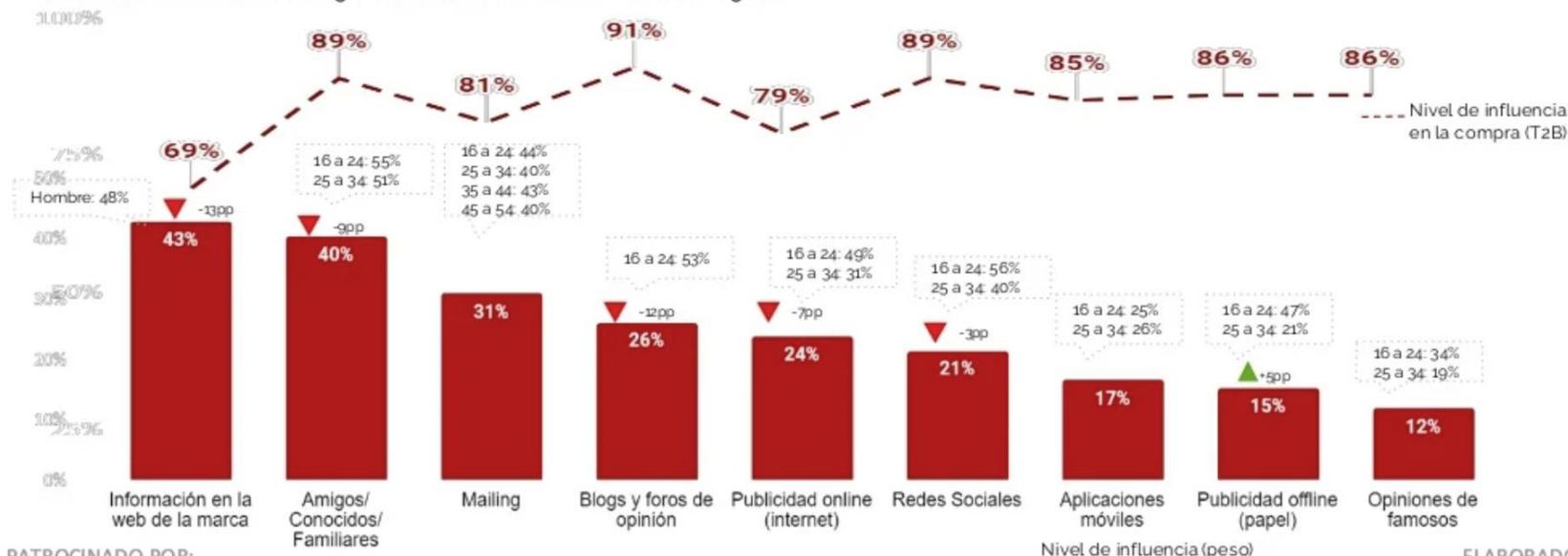
Incluir vídeos.



El proceso de compra | Influenciadores

Según declarativo, los compradores online **son influenciados** por la página web de la marca y los amigos/ conocidos/ familiares.

Y lo que tienen más grado de influencia son los blogs/foros de opinión (91% mucho + bastante), amigos/ conocidos/ familiares (89%) o redes sociales (también 89%).



PATROCINADO POR:



- Y antes de comprar un producto/servicio online (a través de internet) ¿qué fuentes de información utilizas?
- ¿Cómo influye la fuente de información en que acabes comprando un producto online?
- ¿Has comprado alguna vez en una red social?

Nivel de influencia (peso)

ELABORADO POR:

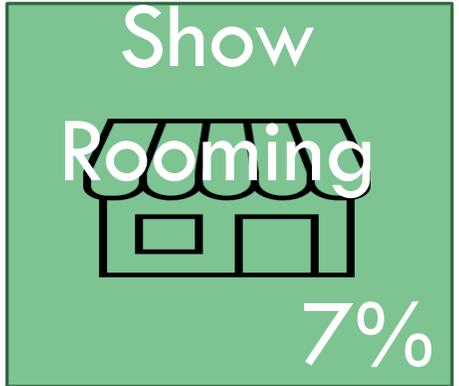
Base compradores: 1.068



Estudio Anual E-commerce 2021

INTERACCIÓN ENTRE ECOMMERCE Y COMERCIO FÍSICO

Buscan



Compran



DROPSHIPPING



Foros vs Blogs

Un **Foro** es un lugar dedicado al intercambio de opiniones sobre un tema

Un **blog** es un espacio web privado, en la que se publican regularmente “artículos” cortos sobre temas específicos que los mismos autores proponen y donde se suelen permitir comentarios.

E-Mailing

En 2022, 4.030 millones de personas en todo el mundo utilizan el correo electrónico. Los expertos prevén que ese número crezca hasta 4.480 millones para el 2024.

Ninguna plataforma se acerca siquiera al alcance potencial del correo electrónico.

Es importante crear una estrategia de esta relación con LEADS y clientes.

Segmentando y analizando el resultado.

Cómo funciona el MARKETING DE AFILIADOS



<https://exams2.wordpress.com/matriculas/>

LOPDyGDD - Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales – Ley 3/2018, de 5 de diciembre.

- Se debe incluir cierta información para las personas que accedan a la tienda online, relativa a:
 - Quién es el **responsable del tratamiento** de los datos recopilados
 - Cuál es la **finalidad de los datos** que se recogen
 - Cuál es la **base legal del tratamiento** de los mismos
 - La **intención de realizar transferencias internacionales**
 - La existencia o no de **cesiones de datos**
 - El **plazo de conservación** de los datos
 - La forma de **ejercer los derechos del usuario** (*Acceso, Rectificación, Cancelación, Oposición, Portabilidad, Limitación y Derecho al olvido*)
- Esta información debe ser **concisa, transparente, inteligible y de fácil acceso**, redactada en un **lenguaje claro y sencillo**.
- Se han de incorporar mecanismos que permitan a las personas usuarias **otorgar un consentimiento explícito, que pueda ser acreditado posteriormente**.

LSSICE - Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y Comercio Electrónico. Ley 34/2002, de 11 de Julio.

Los aspectos de esta ley que afectan a las tiendas actúan sobre varios apartados:

1. **Identificación del titular del sitio. Para cualquier Web.**
2. **Contratación por vía electrónica.** Cuando a través de Internet se comercializan productos o servicios que pueden contratarse o comprarse online. Se relaciona con la Ley de Defensa de Consumidores y Usuarios.
3. **Comunicados comerciales:** Siempre que se envíe publicidad por medios electrónicos.

Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios - Ley 3/2014, de 27 de marzo.

Es necesario proporcionar información sobre diversas cuestiones relacionadas con la forma en la que se gestionan las ventas a través de la tienda online, **desde un apartado siempre visible** y con un **tamaño de letra y fondo que permitan su fácil lectura**. Este apartado suele denominarse **“Condiciones Generales de la Compra”**.

Su contenido deberá ser aceptado expresamente por el consumidor antes de realizar la contratación.

- **Identidad** del titular de la tienda online
- **Características principales** de los bienes o servicios incluidos
- **Precio total de los productos o servicios ofrecidos** (especificando impuestos aplicables, gastos de envío en función de la zona, etc.)
- **Procedimientos disponibles para el pago**

Ley General para la Defensa de Consumidores y Usuarios - Ley 3/2014, de 27 de marzo.

- **Plazos de entrega** de los productos
- Opciones para el servicio **posventa y atención al cliente**
 - Deben usarse canales específicos, separados de los canales comerciales, y ha de proporcionarse un código identificativo para cada incidencia
- Información sobre **garantías, devoluciones, cambios...**
- Información sobre el **derecho de desistimiento**
 - Incluye los costes del envío pagados inicialmente
 - Tiene un plazo 14 días naturales desde que se recibe el pedido o se realiza el contrato
 - Otros 14 días naturales desde que el consumidor lo ejecuta para recibir la devolución
 - Ha de existir un **formulario normalizado** para el consumidor (si es online, debe proporcionar acuse de recibo)



Dominio



Servidores
(Hosting Alojamiento)



Correo
corporativo



EMPLEADOS

Uso del correo electrónico

**Normativa de uso de correo electrónico.**

Dispones de una normativa referente al uso del correo electrónico que el empleado aceptará al incorporarse a su puesto de trabajo.

**Antimalware y antispam.**

Instalas y activas aplicaciones antimalware y filtros antispam tanto en el servidor como en los clientes de correo.

**Ofuscar las direcciones de correo electrónico.**

No publicas las direcciones de correo corporativas en páginas web ni en redes sociales sin utilizar técnicas de ofuscación.

**Uso apropiado del correo corporativo.**

Nunca usas el correo corporativo con fines personales y el contenido cumple las normas marcadas por la empresa.

**Contraseña segura.**

Usas una contraseña segura para acceder al correo electrónico.

**Correos sospechosos.**

Sospechas de la autenticidad del correo cuando el mensaje: presenta cambios de aspecto, contiene una «llamada a la acción» que nos urge, invita o solicita hacer algo no habitual o solicita credenciales de acceso a una web o aplicación (cuenta bancaria, ERP, etc.).

**Identificación del remitente.**

Identificas los remitentes antes de abrir un correo electrónico. Si sospechas que ha sido suplantado contactas con el remitente por otro medio para confirmarlo.

**Análisis de adjuntos.**

Analizas cuidadosamente los adjuntos de correos de remitentes desconocidos antes de abrirllos. Si sospechas de su autenticidad, no lo descargas ni lo abres.

**Inspección de enlaces.**

Examinas atentamente los enlaces incluidos en los correos antes de acceder a ellos.



básico



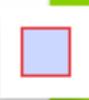
EMPLEADOS

Uso del correo electrónico



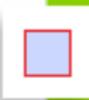
No responder al spam (correo basura).

Nunca respondes al correo basura. Lo agregas a la lista de spam y lo eliminas.



Utilizar la copia oculta (BCC o CCO).

Utilizas la copia oculta cuando envías correos a múltiples direcciones.



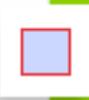
Reenvío de correos.

En caso de necesitar el reenvío de algún correo corporativo a una cuenta personal lo solicitas previamente a la dirección.



Evitar las redes públicas.

No consultas el correo corporativo si estás conectado a redes públicas como wifis de hoteles o aeropuertos.



Firma corporativa

La firma del correo es más que un nombre y un título.

Es parte de la marca de la empresa.

Debe *proporcionar información de contacto.*

[Generador gratuito de firmas para correo electrónico en HTML](https://www.hubspot.es/email-signature-generator)

<https://www.hubspot.es/email-signature-generator>





Para todos

- | | | | |
|------------------------|------------------------|------------------|-----------------------|
| Académico | Alertas de Google | Android | Android Auto |
| Android TV | Asistente de Google | Brocha Virtual | Búsqueda |
| Calendár | Cardboard | Casa conectada | Chrome |
| Chrome Enterprise | Chromebook | Chromecast | Contactos |
| Dibujos | Documentos | Drive | Earth |
| Expediciones de Google | Exposure Notifications | Finance | Formularios |
| Fotos | Gboard | Gmail | Google Arts & Culture |
| Google Cast | Google Chat | Google Classroom | Google Cloud Print |

Para empresas

- | | | | |
|------------------------------|---------------------|-----------------------|-------------------|
| AdMob | AdSense | Analytics | Android |
| Anuncios de inventario local | Asistente de Google | Blogger | Business Messages |
| Campañas de Google Shopping | Chrome Enterprise | Data Studio | Google Ad Manager |
| Google Ads | Google Cloud | Google Digital Garage | Google Domains |

- | | | | |
|-------------------|---|--------------------|-----------------------|
| Google Duo | Google Express | Google Fi | Google Fit |
| Google Fonts | Google Meet | Google One | Google Pay |
| Google Play | Google Play Books | Google Play Juegos | Google Play Películas |
| Google Shopping | Google Sites | Google Store | Google Street View |
| Google TV | Google Vuelos | Google Wifi | Grupos de Google |
| Hangouts | Herramientas de introducción de texto de Google | Hojas de cálculo | Keep |
| Maps | Mensajes | Noticias | Pixel |
| Play Protect | Podcasts | Presentaciones | Stadia |
| Traductor | Travel | Voice | Waze |
| Wear OS by Google | YouTube | YouTube Kids | YouTube Music |
| YouTube TV | | | |

- | | | | |
|--------------------------|----------------------------|----------------------|---------------------------|
| Google Enterprise Search | Google Manufacturer Center | Google Maps Platform | Google Marketing Platform |
| Google Merchant Center | Google Podcasts Manager | Google Trends | Google Web Designer |
| Google Workspace | Optimize | Perfil de Empresa | Search Console |
| Surveys | Tag Manager | Waze Local | |

Gmail: Correo electrónico

Principales características de Gmail



En el servicio gratuito, **la capacidad del buzón es de 15 GB***

**Esta capacidad es compartida con los servicios Google Drive y Google Fotos*

Dado que al crear una cuenta de Gmail se crea paralelamente una **cuenta de Google**, con ese correo se dispone de acceso a otros servicios de Google como el calendario, los mencionado Drive y Fotos, YouTube, etc.

Puede configurarse en gestores de correo como MS Outlook, Mozilla Thunderbird, etc.

Dispone de **app móvil** específica para Android e iOS

Es posible recibir y enviar correo de otras cuentas de correo electrónico (tanto de Gmail como de otros proveedores)



Tracking para Gmail y Mail Merge - Mailtrack

 mailtrack.io  Destacados

★★★★★ 11.099 ⓘ | Productividad | 2.000.000+ usuarios

Añade los checks (✓✓) a Gmail para ver las confirmaciones de lectura desde tu misma bandeja de entrada:

✓ significa que tu email ha sido entregado, pero aún no ha sido abierto.

✓✓ indican que tu correo ha sido abierto.

Mailtrack es el único tracker de email de la Web Store gratuito para siempre.

MAILTRACK FREE

- Seguimiento de correos electrónicos ilimitado y gratuito para Gmail
- Mailtrack Campaign: envía campañas de email marketing con Gmail a un máximo de 200 contactos a la vez

- Incluye la firma "Remitente notificado con Mailtrack"

Extensiones para Gmail

MAILTRACK PRO

- Sin la firma de Mailtrack
- Información adicional sobre aperturas: hace cuánto y cuántas veces se ha abierto cada correo
- Confirmaciones de lectura en tiempo real (por correo o notificación de escritorio)
- Tracking de enlaces
- Leído por última vez: descubre cómo interactúan con tus correos
- Mailtrack Ventas: integra Mailtrack con Salesforce o tu herramienta de CRM preferida
- Informes de seguimiento diarios
- Recordatorios
- Asistencia por teléfono y por correo electrónico

Gratis	PRO	ADVANCED Recomendado
€0	€2 ⁹⁹ por usuario al mes	€5 ⁹⁹ por usuario al mes
72€ 35€ facturado anualmente	120€ 72€ facturado anualmente	
<ul style="list-style-type: none">Tracking ilimitadoNotificaciones en tiempo realAlertas por emailInforme diario	<ul style="list-style-type: none">Sin firma de MailtrackTracking de enlacesHistórico completo de trackingSoporte por email	<ul style="list-style-type: none">Todas las funcionalidades PROTrackeo individual de emails grupalesCampañas con mail merge hasta 1000 destinatariosTrackeo de PDFs
Regístrate Gratis	Seleccionar plan	Seleccionar plan



Boomerang for Gmail

www.boomeranggmail.com Destacados

★★★★★ 1.731 ⓘ | Social y comunicación | 1.000.000+ usuarios

Boomerang le permite programar mensajes para enviarlos o devolverlos en una fecha posterior. Escriba un mensaje ahora, envíelo cuando quiera, incluso si no está en línea. Realice un seguimiento de los mensajes para asegurarse de recibir una respuesta y programe recordatorios directamente dentro de Gmail™. Sepa si su correo electrónico se leyó con confirmaciones de lectura multiplataforma. Libérese de las interrupciones constantes con Pausa en la bandeja de entrada, mientras recibe notificaciones sobre los correos electrónicos importantes.

Extensiones para Gmail

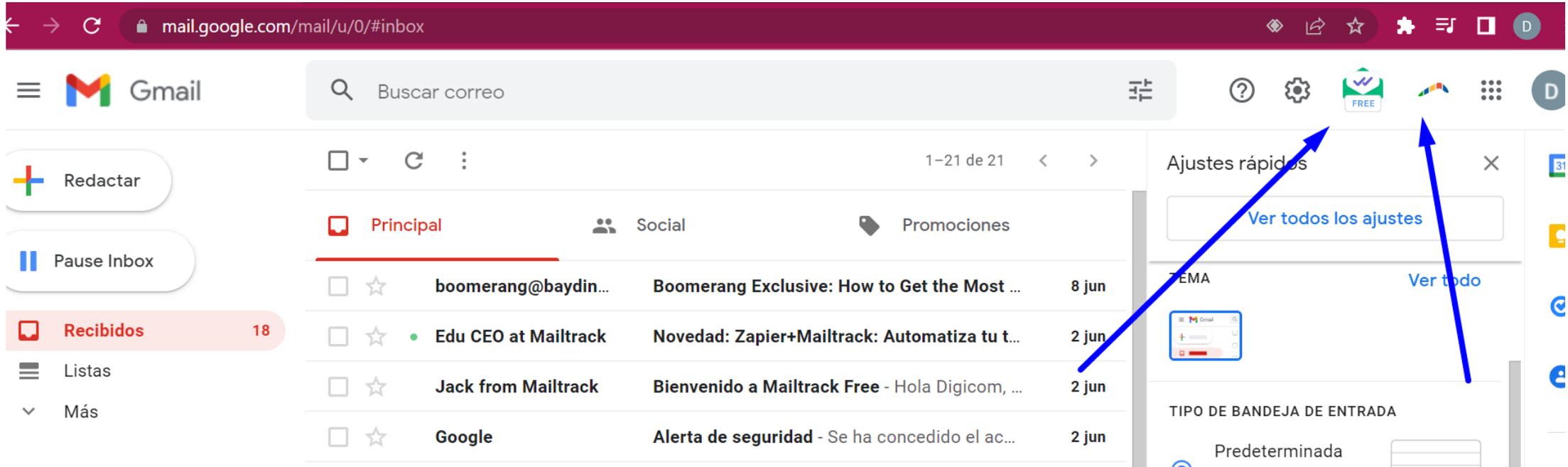
Añadir a Chrome



The screenshot displays the Boomerang for Gmail extension interface. At the top, there's a blue button that says "Añadir a Chrome". Below it, the interface is divided into several sections:

- Recipients**: A section for managing recipients.
- Subject**: A section for managing the subject line.
- Seguimiento de respuestas**: A section for tracking responses, with a description: "Realice un seguimiento de las respuestas a sus correos electrónicos y devuélvalos a su bandeja de entrada si no recibe una respuesta." and a "VER DEMOSTRACIÓN" button.
- Programación de reuniones**: A section for scheduling meetings, with a description: "Programe reuniones sin esfuerzo, sin salir de su bandeja de entrada." and a "VER DEMOSTRACIÓN" button.
- Envíalo después**: A section for scheduling when to send a message, with a description: "Programe un mensaje para Enviar más tarde o configure mensajes recurrentes." and a "VER DEMOSTRACIÓN" button.
- Leer recibos**: A section for requesting receipts, with a description: "Solicite un recibo de lectura o vea si se ha hecho clic en sus enlaces." and a "VER DEMOSTRACIÓN" button.
- responsable**: A section for responsible email, with a description: "Escribe mejores correos electrónicos con inteligencia artificial." and a "VER DEMOSTRACIÓN" button.

At the bottom of the interface, there are several buttons and options: "Send Later", "Remind me in 2 days if no reply", "Track", "Meet", and a "Boomerang Responsible" progress indicator.



The screenshot shows the Gmail web interface. The top navigation bar includes the Gmail logo, a search bar labeled 'Buscar correo', and several utility icons. The 'Ajustes rápidos' (Quick settings) panel is open on the right side, showing options like 'Ver todos los ajustes' and 'TEMA'. Two blue arrows originate from the 'Ajustes rápidos' panel and point to the 'FREE' extension icon in the top right corner of the Gmail interface.

Icon	From	Subject	Date
<input type="checkbox"/>	boomerang@baydin...	Boomerang Exclusive: How to Get the Most ...	8 jun
<input type="checkbox"/>	Edu CEO at Mailtrack	Novedad: Zapier+Mailtrack: Automatiza tu t...	2 jun
<input type="checkbox"/>	Jack from Mailtrack	Bienvenido a Mailtrack Free - Hola Digicom, ...	2 jun
<input type="checkbox"/>	Google	Alerta de seguridad - Se ha concedido el ac...	2 jun



Google Chrome

El navegador creado por Google:

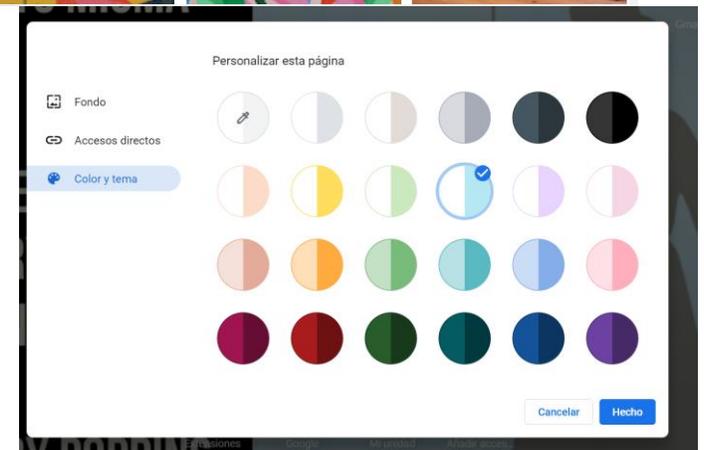
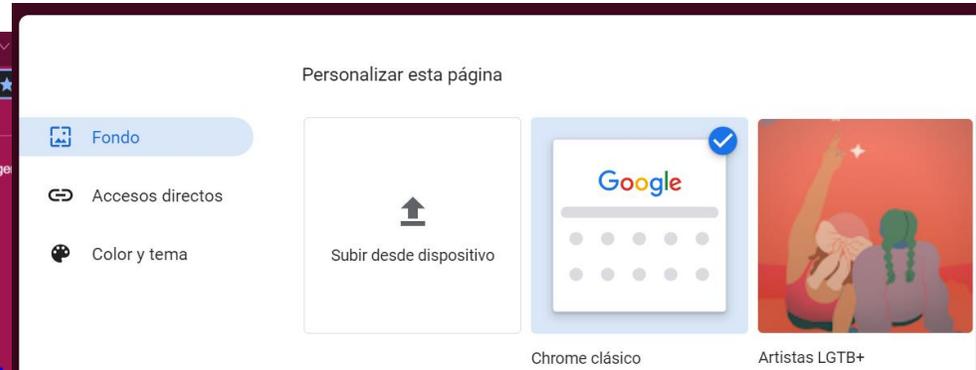
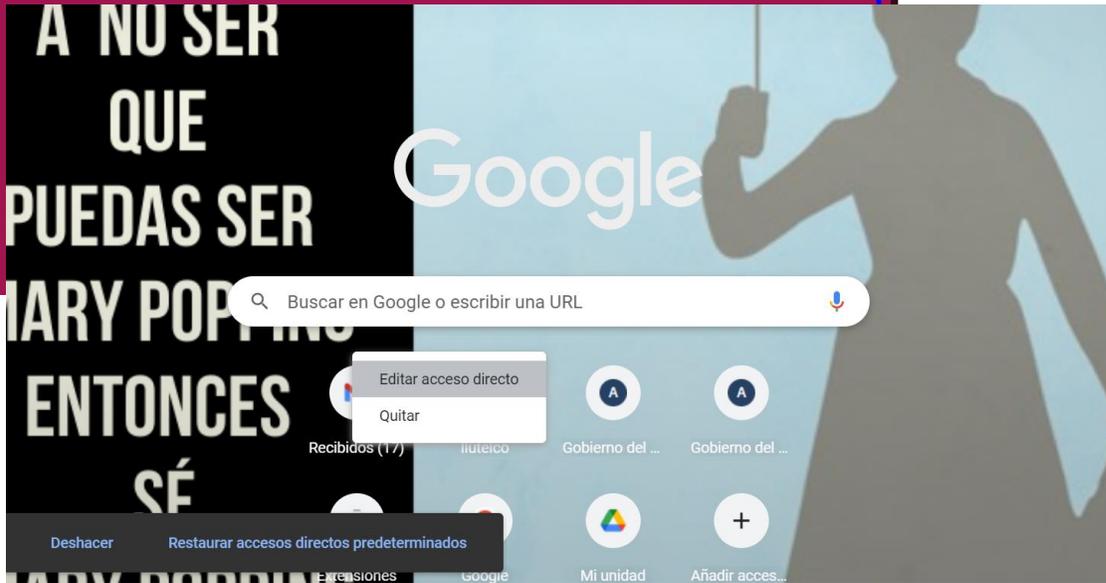
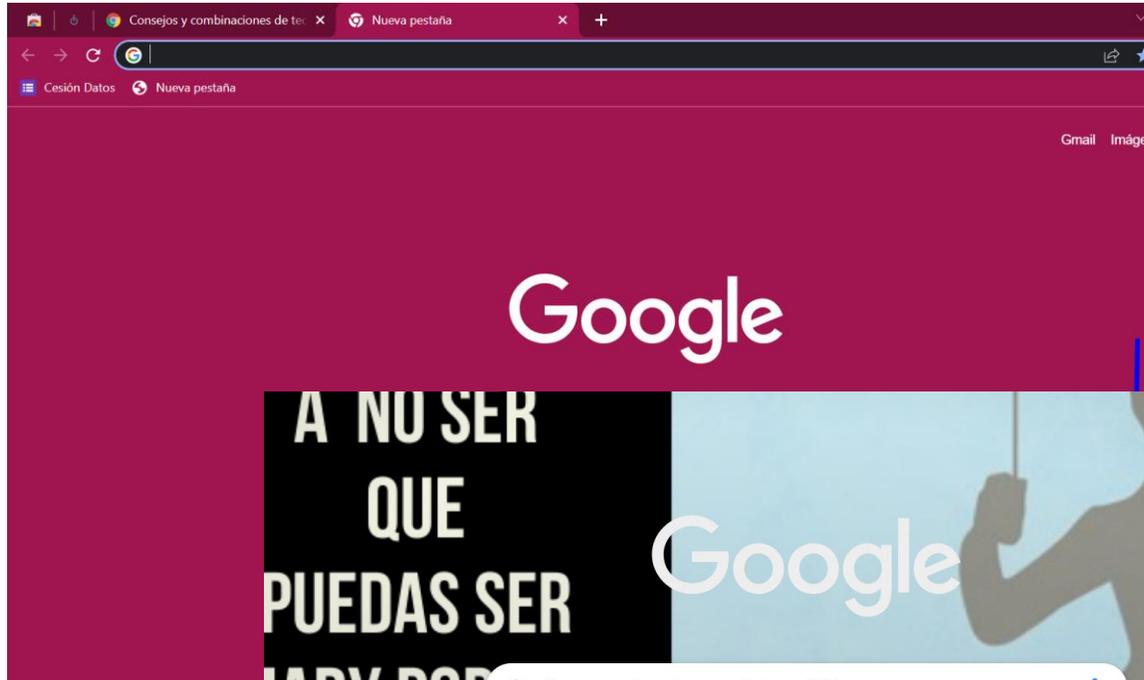
Con las aplicaciones de Google como Gmail, Google Pay y el Asistente de Google, Chrome puede ayudarte a mantener tu productividad y a sacarle más partido a tu navegador.

Chrome se esfuerza mucho para proteger tus datos y tu privacidad en Internet. Mediante controles de privacidad fáciles de usar, Chrome te permite personalizar tus ajustes y tu experiencia de navegación a tu gusto.

Herramientas rápidas y fáciles de usar para navegar

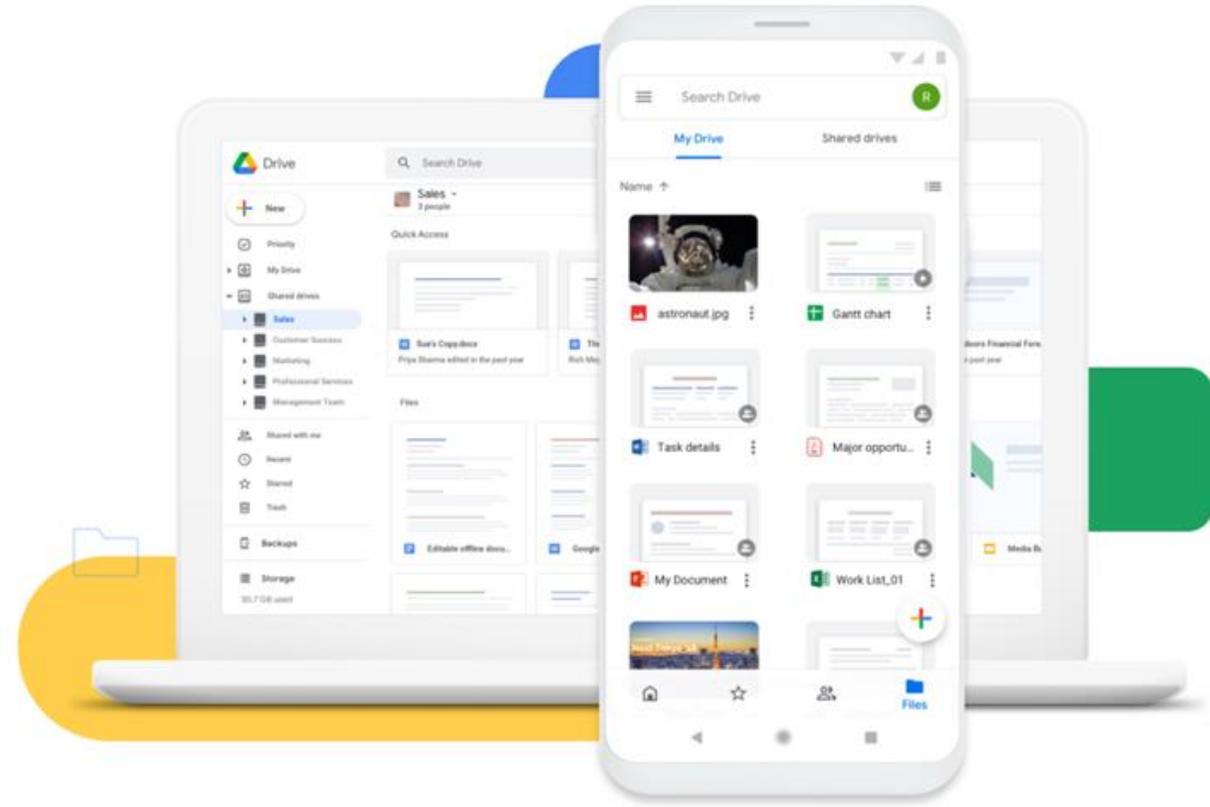
Crea accesos directos de Chrome a tus sitios favoritos y configúralos a tu gusto

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER



¿Qué es Google Drive?

Herramienta de almacenamiento en la nube y trabajo colaborativo.



El plan personal ofrece:

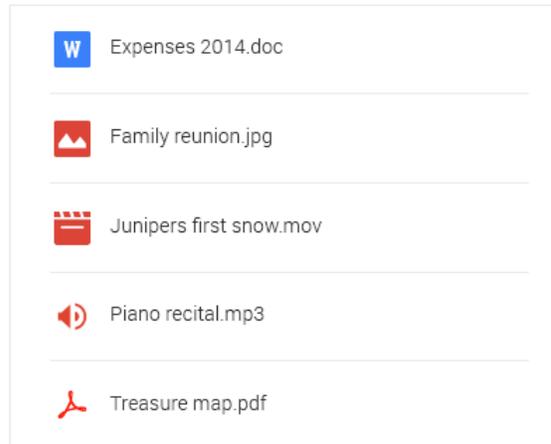
- 15 GB de almacenamiento para guardar cualquier tipo de archivo y formato.
- Sincronización de archivos.

Fotos, vídeos, presentaciones, archivos PDF e incluso archivos de Microsoft Office. Con Drive puedes guardar cualquier tipo de archivo de forma segura.



Guarda cualquier archivo

Drive te ofrece 15 GB de almacenamiento de Google gratis para empezar. Guarda fotos, artículos, diseños, dibujos, grabaciones, vídeos o lo que quieras.



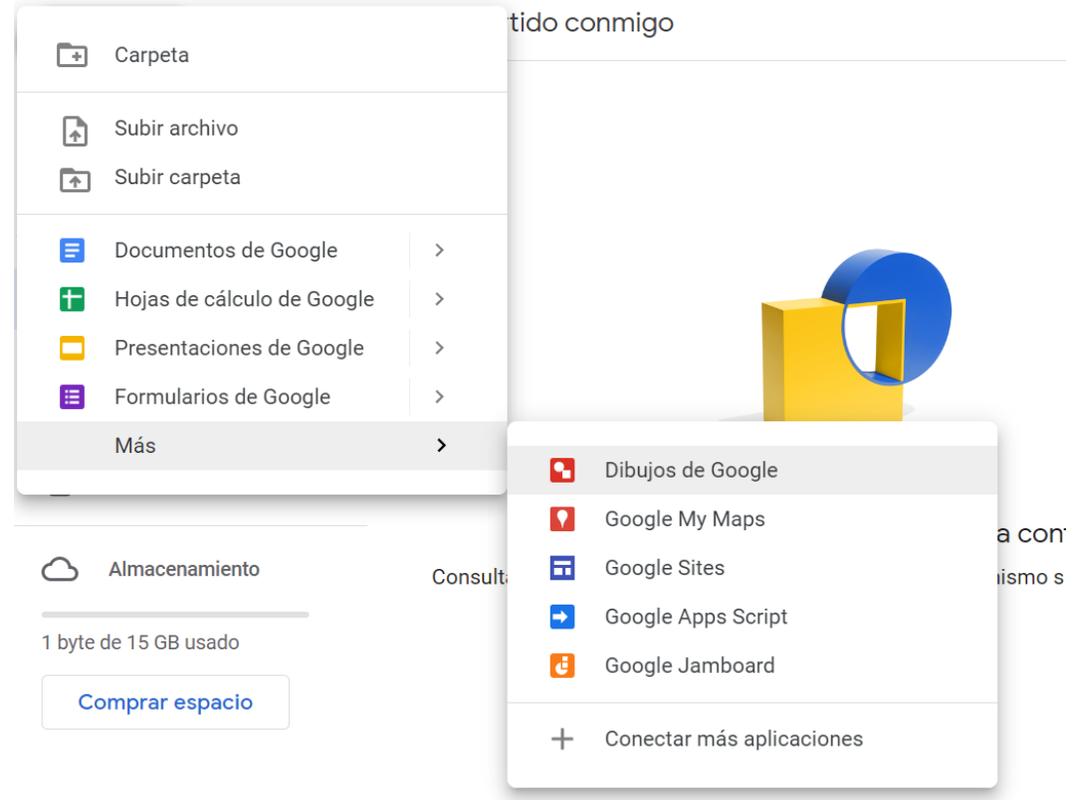
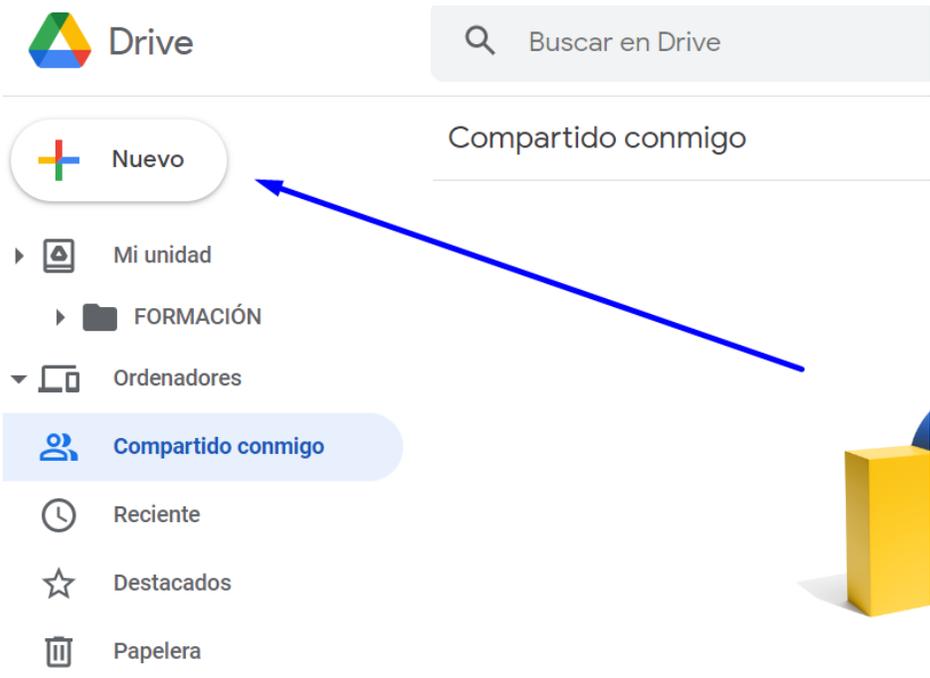
Sin llegar a ser plan de empresa,

Google, a través de **Google One**



ofrece almacenamiento y

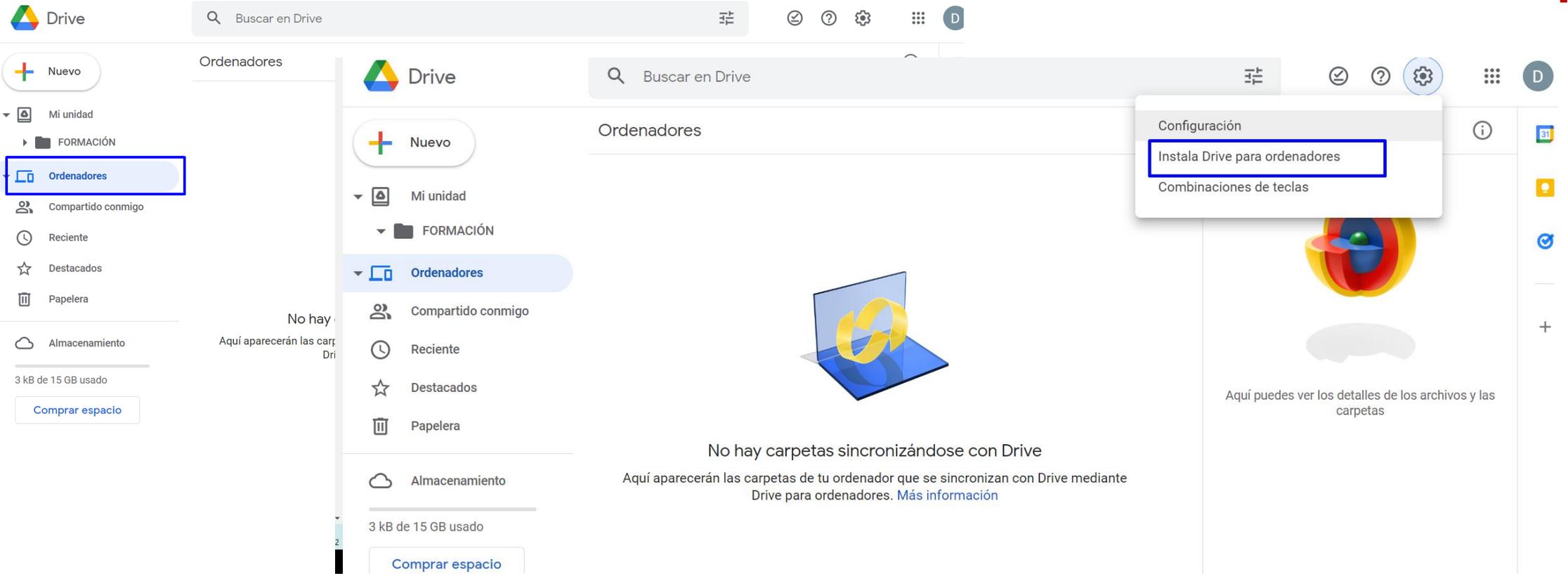
funcionalidades extra...



Drive para ordenadores es el cliente de sincronización con ordenador de Google que te permite gestionar y compartir contenido fácilmente en todos tus dispositivos y en la nube

Google Drive

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER



Drive

Buscar en Drive

Nuevo

Mi unidad

FORMACIÓN

Ordenadores

Compartido conmigo

Reciente

Destacados

Papelera

Almacenamiento

3 kB de 15 GB usado

[Comprar espacio](#)

Ordenadores

Drive

Buscar en Drive

Nuevo

Mi unidad

FORMACIÓN

Ordenadores

Compartido conmigo

Reciente

Destacados

Papelera

Almacenamiento

3 kB de 15 GB usado

[Comprar espacio](#)

No hay carpetas sincronizándose con Drive

Aquí aparecerán las carpetas de tu ordenador que se sincronizan con Drive mediante Drive para ordenadores. [Más información](#)

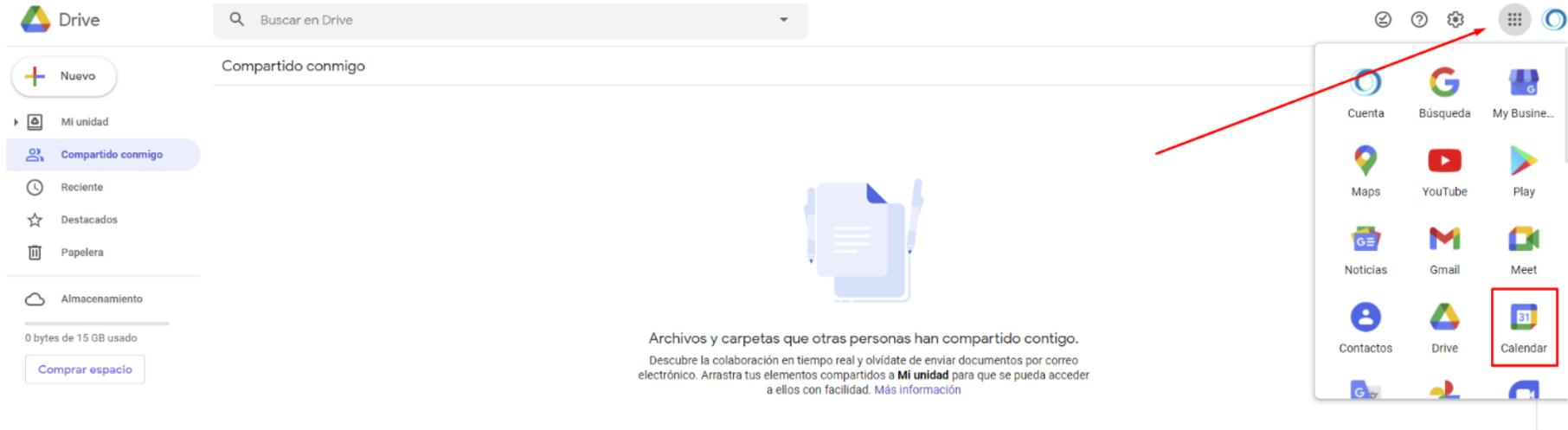
Configuración

Instala Drive para ordenadores

Combinaciones de teclas

Aquí puedes ver los detalles de los archivos y las carpetas

Google Calendar. Tu agenda y tu información.



Por defecto, Gmail está integrado con Google Calendar, una vez accedes a tu cuenta Gmail, ya se encuentra disponible el servicio de Google calendar al igual que el resto de herramientas de la compañía.

Google Calendar. Tu agenda y tu información.

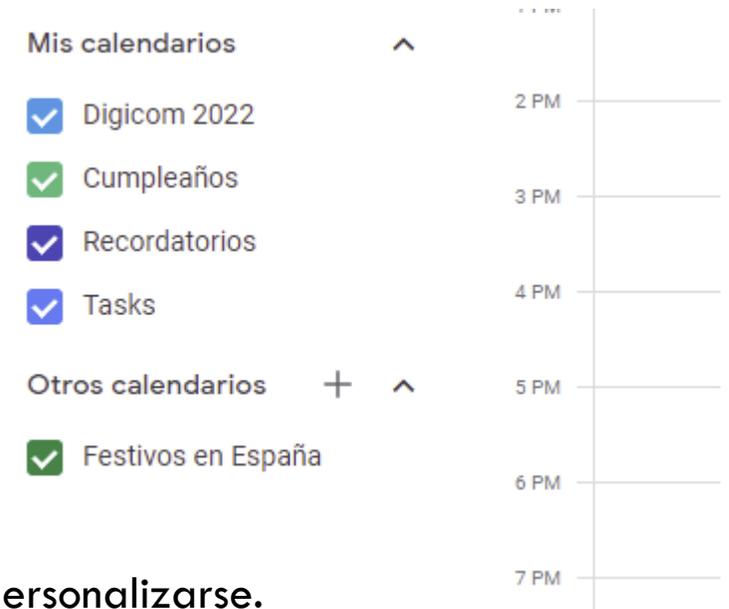
Se muestra en una única vista e incorpora los eventos y días marcados personalmente, los que como opción podrás añadir días marcados en otros calendarios disponibles.

Por defecto, muestra 4 calendarios tuyos

1. Uno personal con tu nombre de usuario de Google.
2. Cumpleaños.
3. Recordatorios.
4. Tareas

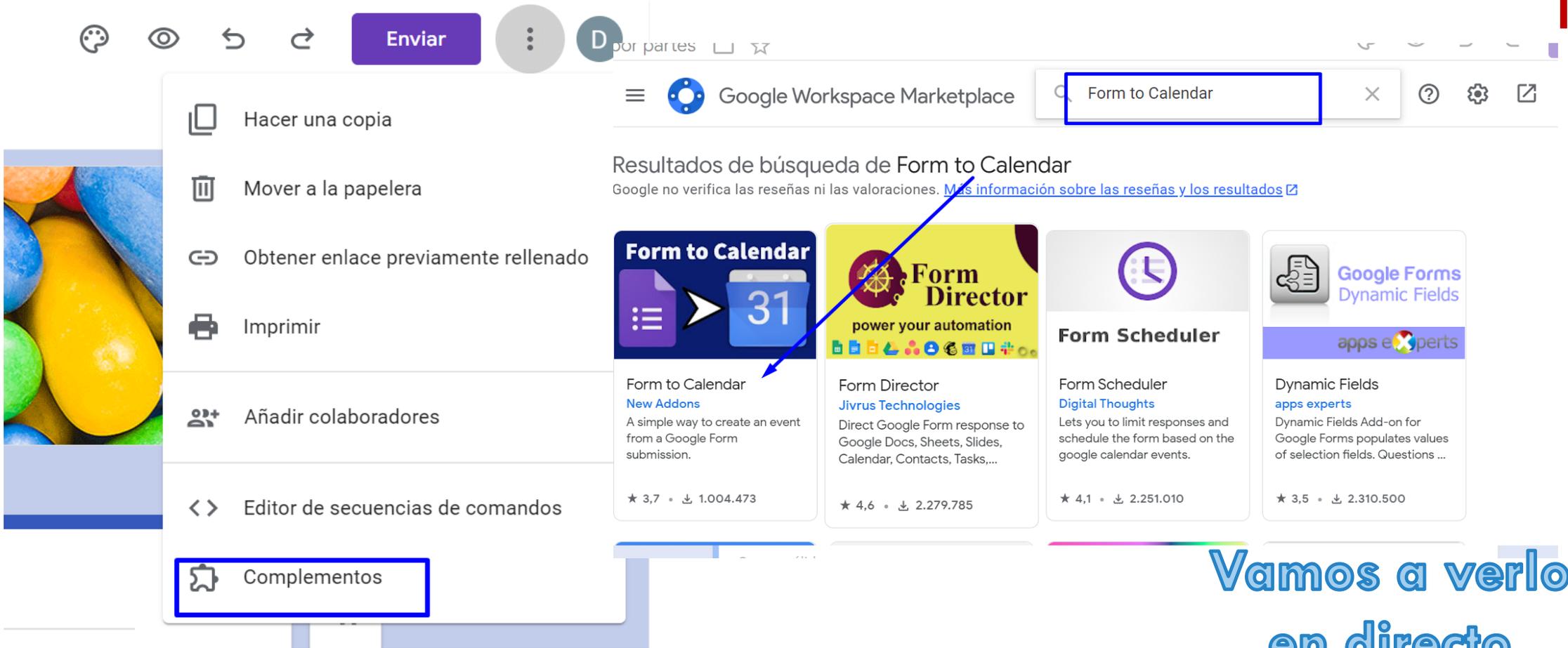
1 Calendario de festivos en España

Cada calendario muestra sus entradas de un color determinado que puede personalizarse.



Crear un evento desde un Form

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER



The screenshot shows the Google Forms interface. At the top, there is a navigation bar with icons for chat, view, undo, redo, and a purple 'Enviar' button. A menu is open, with 'Complementos' highlighted in a blue box. Below the menu, the Google Workspace Marketplace search results for 'Form to Calendar' are displayed. The search results include a card for 'Form to Calendar' by Jivrus Technologies, which is highlighted with a blue box and a blue arrow. Other cards shown include 'Form Director', 'Form Scheduler', and 'Google Forms Dynamic Fields'.

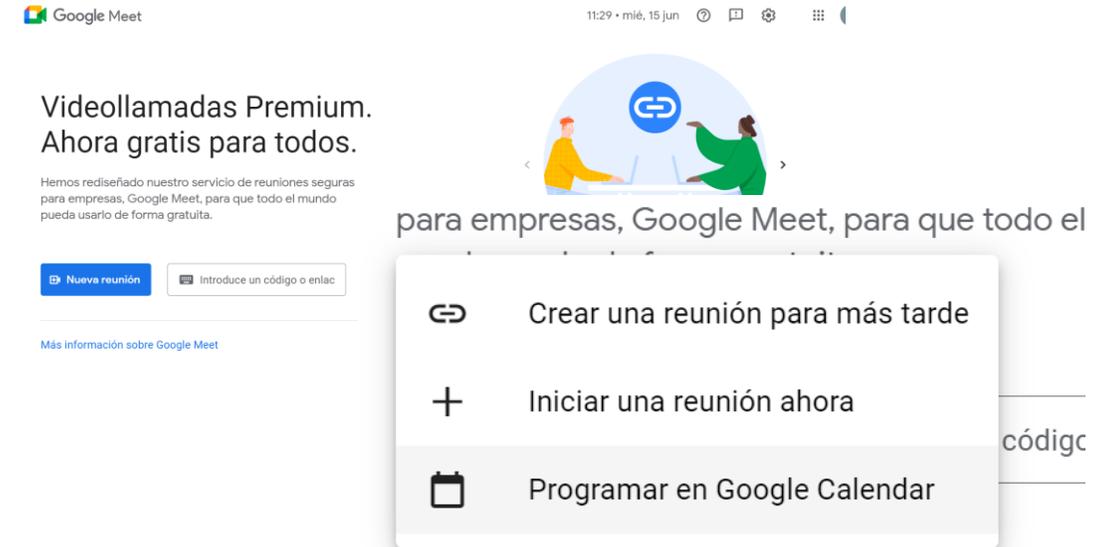
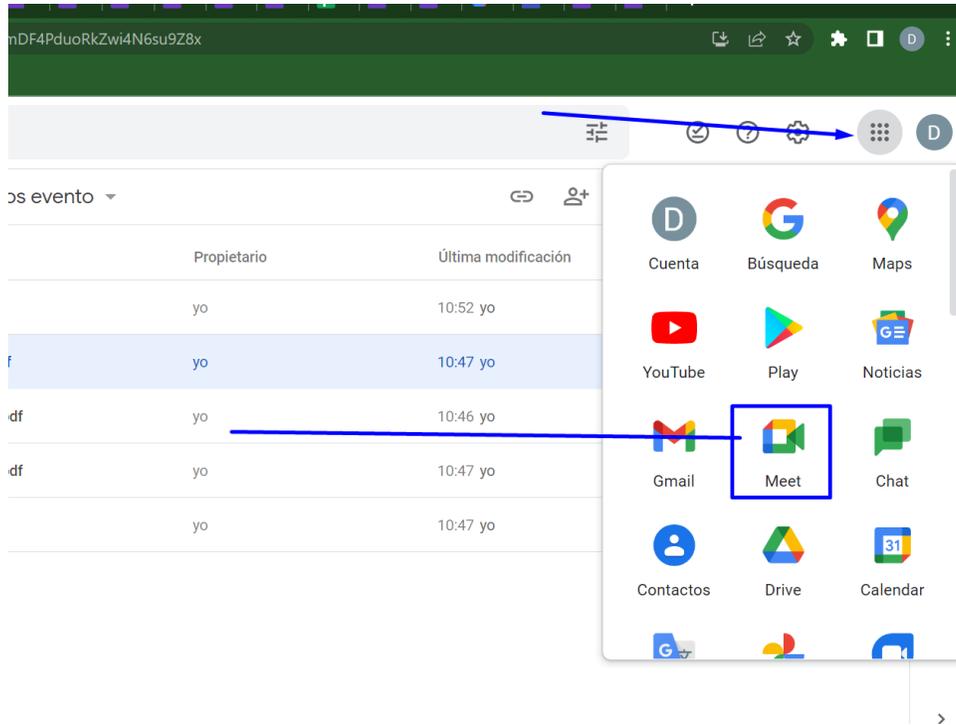
Vamos a verlo
en directo

Acceder a Google Meet

Google Meet es una plataforma a través de la cual mantener reuniones online.

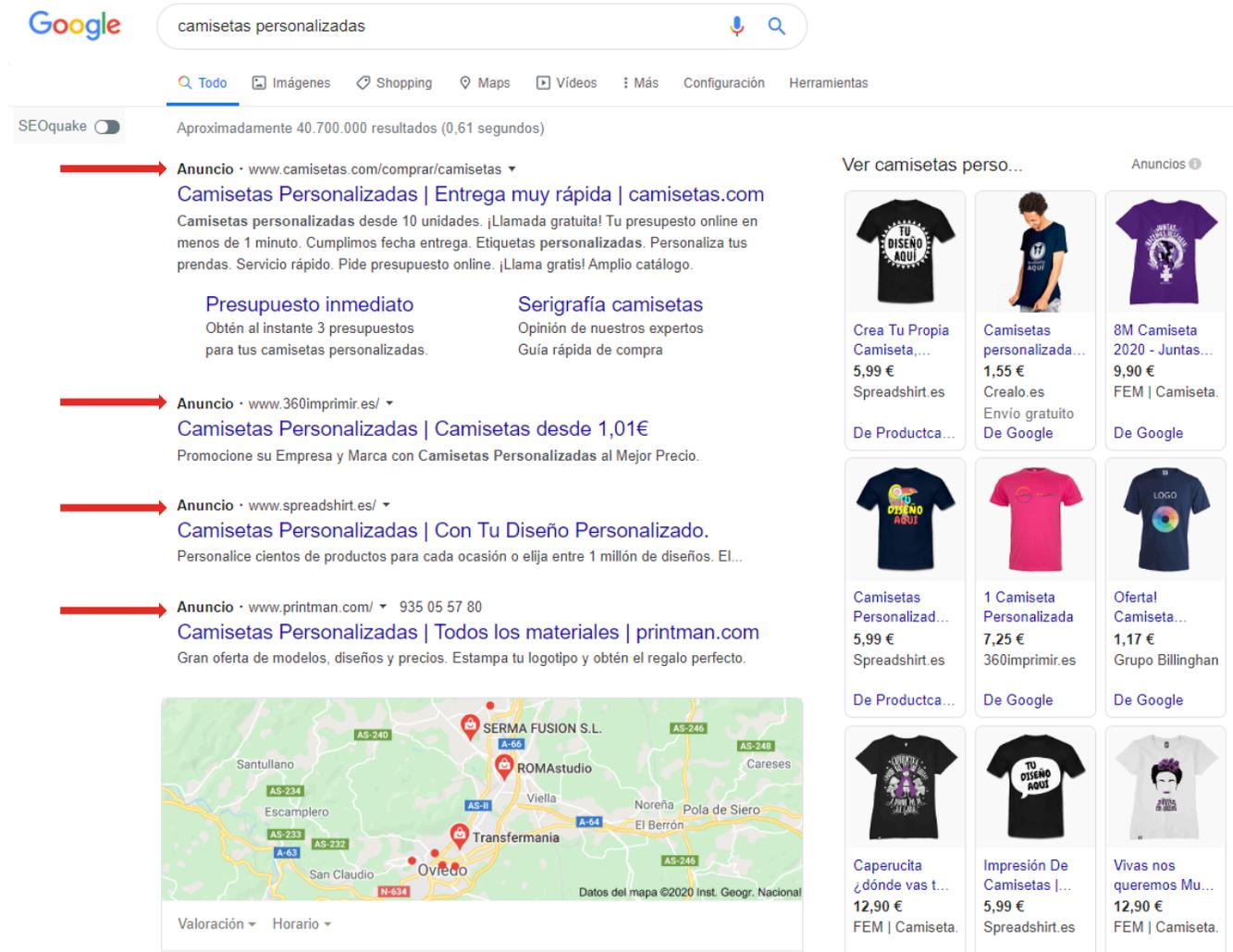
HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER

Permite el acceso de hasta 100 personas en simultáneo y de forma gratuita hasta 60 minutos de reunión.



PRESENCIA

Google apenas muestra resultados orgánicos en muchas de las búsquedas.



Google

camisetas personalizadas

Todo Imágenes Shopping Maps Vídeos Más Configuración Herramientas

SEOquake Aproximadamente 40.700.000 resultados (0,61 segundos)

Anuncio · www.camisetas.com/comprar/camisetas ▾
Camisetas Personalizadas | Entrega muy rápida | camisetas.com
 Camisetas personalizadas desde 10 unidades. ¡Llamada gratuita! Tu presupuesto online en menos de 1 minuto. Cumplimos fecha entrega. Etiquetas personalizadas. Personaliza tus prendas. Servicio rápido. Pide presupuesto online. ¡Llama gratis! Amplio catálogo.

Presupuesto inmediato
Obtén al instante 3 presupuestos para tus camisetas personalizadas.

Serigrafía camisetas
Opinión de nuestros expertos
Guía rápida de compra

Anuncio · www.360imprimir.es/ ▾
Camisetas Personalizadas | Camisetas desde 1,01€
 Promocione su Empresa y Marca con Camisetas Personalizadas al Mejor Precio.

Anuncio · www.spreadshirt.es/ ▾
Camisetas Personalizadas | Con Tu Diseño Personalizado.
 Personalice cientos de productos para cada ocasión o elija entre 1 millón de diseños. El...

Anuncio · www.printman.com/ ▾ 935 05 57 80
Camisetas Personalizadas | Todos los materiales | printman.com
 Gran oferta de modelos, diseños y precios. Estampa tu logotipo y obtén el regalo perfecto.

Ver camisetas perso... Anuncios

Crea Tu Propia Camiseta... 5,99 € Spreadshirt.es De Productca...

Camisetas personalizada... 1,55 € Crealo.es Envío gratuito De Google

8M Camiseta 2020 - Juntas... 9,90 € FEM | Camiseta. De Google

Camisetas Personalizad... 5,99 € Spreadshirt.es De Productca...

1 Camiseta Personalizada 7,25 € 360imprimir.es De Google

Oferta! Camiseta... 1,17 € Grupo Billingham De Google

Caperucita ¿dónde vas t... 12,90 € FEM | Camiseta.

Impresión De Camisetas [...] 5,99 € Spreadshirt.es

Vivas nos queremos Mu... 12,90 € FEM | Camiseta.

Santullano Escamplero San Claudio Oviesto Noreña Pola de Siero El Berrón Careses

SERMA FUSION S.L. ROMAstudio Transfermania

Valorción Horario

- Proporciona **visibilidad** de manera **rápida**.
- Posibilita competir en entornos donde ya existen **muchos otros competidores**.
- Otorga **flexibilidad** para decidir las inversiones a realizar.
- Permite realizar campañas en **momentos puntuales** o programados.
- La capacidad de **segmentación es muy elevada**, lo que hace posible una orientación muy precisa.
- Los resultados son **medibles a corto plazo**.

Google ads (anteriormente conocido como google adwords)

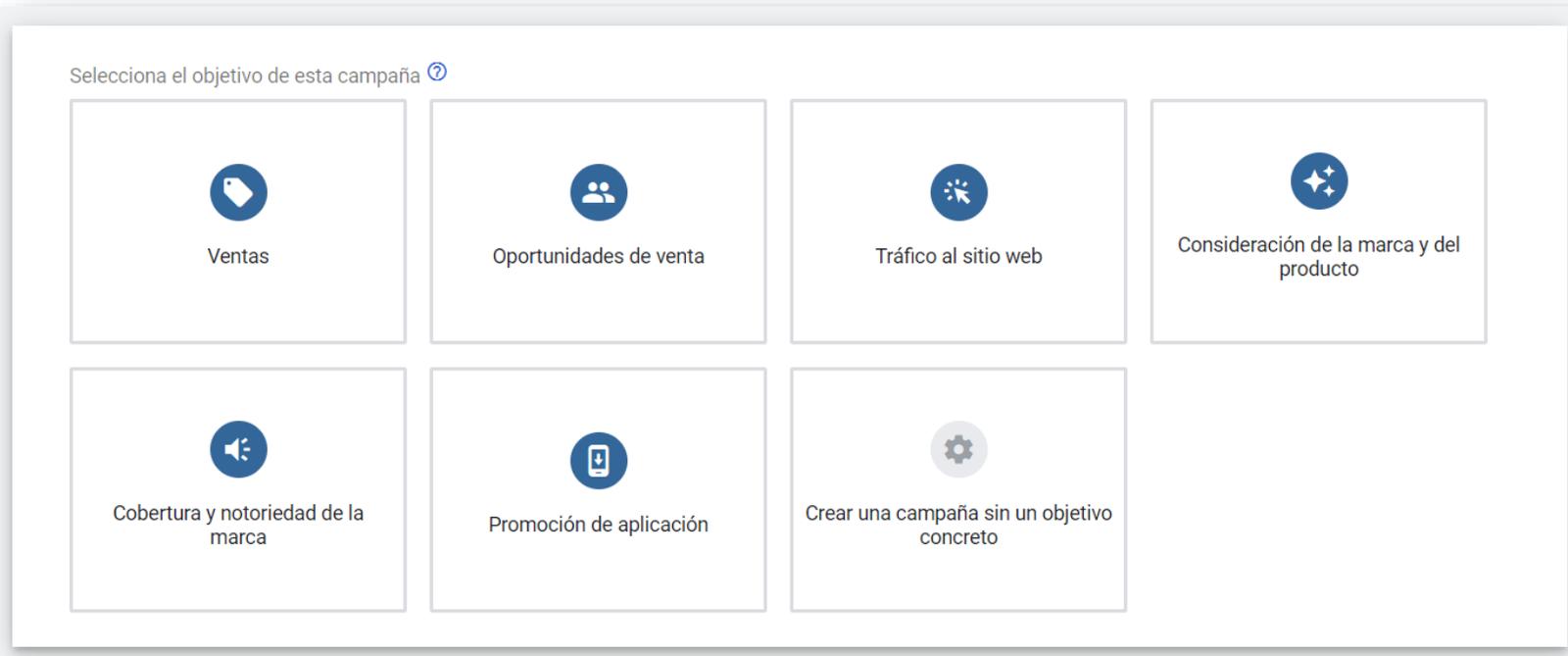


- **Palabras clave:** Palabras o frases que se eligen para determinar cuándo aparecerán los anuncios.
- **Coste por clic (CPC):** Cantidad de dinero que se paga cada vez que una persona haga clic en uno de los anuncios y visite el sitio web al que dirigen. Es decir, no se paga por aparecer, sino por las veces que los anuncios atraen a alguien.
- **Coste por Mil Impresiones (CPM):** Cantidad de dinero que se paga cada vez que un anuncio de una campaña exclusiva para Red de Display es mostrado mil veces.

- **CTR o Click-Through Rate:** El porcentaje del número de clics obtenidos respecto al número de veces que se ha mostrado el anuncio (impresiones). Así, 5 clics y 75 impresiones arrojan un CTR igual a $5 / 75 = 0,06$; expresado en porcentaje, un 6%
- **Landing page (página de aterrizaje):** Página web a la que dirige el anuncio.
- **Conversiones:** Son los objetivos que consigue el usuario, provenientes de un clic en uno de los anuncios en Google Ads (ventas, solicitud de información, registro de usuario...).

Cómo planificar mi campaña en google ads

1. Establecer los objetivos y seleccionar el TIPO DE CAMPAÑA



Si se elige un objetivo, Google Ads preselecciona los tipos de campaña que pueden encajar mejor.

2. Segmentar el público objetivo

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER

¿Dónde está tu público objetivo?

¿A dónde se dirige su intención de búsqueda?

¿Dónde no está tu público objetivo?

¿Qué idioma utiliza tu público objetivo?

¿Qué dispositivo utiliza para navegar?



2. Segmentar el público objetivo

HERRAMIENTAS DE GOOGLE PARA VENDER

Si ya tengo una web/tienda online, puedo encontrar respuestas en...



Google Analytics

La **firma electrónica o la firma digital** es un conjunto de datos y algoritmos cifrados vinculados a una persona o entidad, lo cual permite identificarlos y garantizar la integridad de la firma lo que permite:

- Identificar al firmante de forma inequívoca
- Asegurar la integridad del documento firmado.
- Asegurar el no repudio del documento firmado.

Desde los primeros tiempos del comercio electrónico, ha habido dos temas que han sido, claramente, los grandes puntos a reforzar del comercio digital:

- La logística, las garantías, plazos y condiciones de entrega y procesos de devolución.
- **Los medios de pago:**
 - La confianza del consumidor es un elemento clave a la hora de finalizar una compra en el comercio electrónico.
 - Muchos son los métodos que se han intentado implementar en cuanto al pago en las transacciones.

Transferencia bancaria

Contra reembolso

Pagos P2P

- Bizum
- Paypal

Pasarelas de pago, TPV virtuales

Monederos digitales

Pago por QR

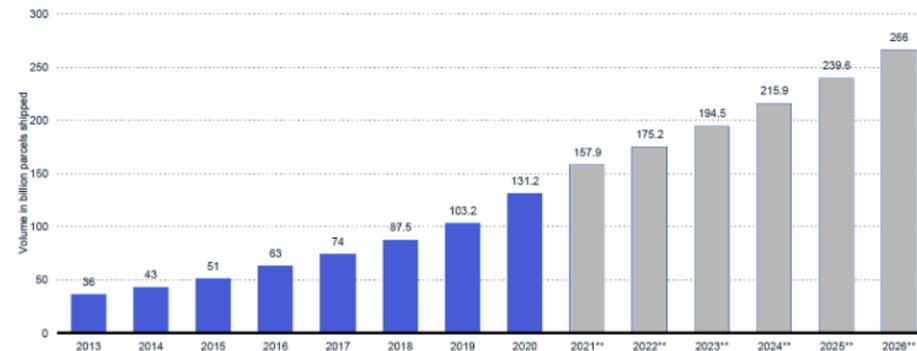
La logística son **todas las operaciones** llevadas a cabo para hacer posible que un producto llegue al consumidor desde el lugar donde se obtienen las materias primas, pasando por el lugar de su producción.

- Aprovisionamiento
 - Análisis de necesidades
 - Compra
 - Recepción
 - Guardado
 - Gestión de stocks
- Tramitación de los pedidos
 - Picking
 - Embalaje
 - Facturación
 - Transporte/distribución de la mercancía (última Milla)
- Entrega del producto al cliente

En el siguiente gráfico te mostramos el importante crecimiento del volumen de envíos. En base a estas cifras, es de esperar que las tasas de devolución también se incrementen ya que suponen entre un 5-15 % del total de envíos.

Global parcel shipping volume between 2013 and 2026 (in billion parcels)*

Parcel shipping volume worldwide 2013-2026



Note(s): Worldwide; 2013 to 2020
Further information regarding this statistic can be found on [page 32](#)
Source(s): Pitney Bowes; Statista; [ID: 1139923](#)

Overview 

https://www.sendcloud.es/estado-devoluciones-2022/?_gl=1*8u2v5*_up*MQ..&gclid=CjwKCAjw46CVBhB1EiwAgy6M4pPlcYROxnt5GcmknGV3gELubKvXA2oVRMnLIVxr1Kmj8gssuz_BoCdEsQAvD_BwE

Son todos los desembolsos en que incurre una empresa para hacer llegar sus productos a los clientes.

Son Gastos no imputados directamente a producto si no a alcanzar la venta y la entrega del mismo.

Su importancia radica en que **debe aumentarse el precio total del producto** que se está ofertando para que puedas garantizar tus ganancias.

Control de inventario ☆ 📄 🔄

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Extensiones Ayuda Última modificación el 24 de junio

100% € % .0 .00 123 Predetermi... 11 B I S A

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Producto	Código	Entrada	Salidas	Stock Actual	Coste	Importe Stock	27,50 €	
2	Tornillo cabeza estrella de 1/2"	TN001	145	120	25	0,25 €	6,25 €	Entradas	
3	Tornillo cabeza plana de 1/2"	TN002	0	0	0	0,25 €	0,00 €	Salidas	
4	Destornillador estrella 5"	DS001	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
5	Destornillador estrella 7"	DS002	150	85	65	0,25 €	16,25 €		
6	Destornillador estrella 9"	DS003	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
7	Martillo acero 0.75Kg	MT001	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
8	Martillo acero 1.5kg	MT002	250	230	20	0,25 €	5,00 €		
9	Playo de presión acero 8"	PL001	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
10	Playo cortafrio acero 9"	PL002	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
11	Alicate con manubrio caucho 12"	AL450	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
12	Martillo combo playo	MM451	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
13	Poma de agua tanque	PO010	0	0	0	0,25 €	0,00 €		
14	Un nuevo producto	NP0212	0	0	0	25,00 €	0,00 €		
15									
16									

https://docs.google.com/spreadsheets/d/18qYZqhpkIEn5qKcRvCw9h7nXJT_YYqqSlcStgMmmJuw/edit#gid=526076850

La importancia de la imagen en la comunicación online

- Muy rápidas de consumir
- Viralidad
- Contenidos más atractivos
- Ayuda en el posicionamiento SEO
- Crean **BRANDING** = Marca



Tamaños de imágenes

La forma más sencilla de **saber cuánto** ocupa una imagen que tenemos en el PC es pasando el ratón por encima de la misma. Tan solo tenemos que poner el ratón unos segundos encima del icono de la imagen; automáticamente aparecerá el tipo de archivo (JPG, PNG, GIF...), dimensiones y el tamaño que ocupa (en KB).



Tipos de imagen .JPG/.JPEG

Permite **comprimir** hasta 10 veces el tamaño de una fotografía.

OJO: Cada vez que reduzcamos su tamaño iremos perdiendo calidad.

Con JPG se pueden guardar fotografías con gran colorido y el tamaño del archivo será bastante ligero, lo que lo hace ideal para utilizarse en un sitio web.

JPEG significa Joint Photographic Experts Group, y es el nombre que se le da a los archivos o imágenes de MAC. **JPG** es exactamente lo mismo hace referencia a los archivos o imágenes que se utilizan en PC o Windows ya que las extensiones son solo de tres caracteres.

<https://www.adobe.com/es/express/feature/image/resize/jpg>

<https://www.online-convert.com/es/compresor-imagen/comprimir-jpg>

<https://www.iloveimg.com/es/comprimir-imagen/comprimir-jpg>

Enlaces dónde comprimir imágenes

https://www.idento.es/blog/desarrollo-web/png-vs-jpg-que-formato-de-imagen-es-mejor-para-la-web/?_adin=02021864894

PNG es un formato de imagen sin pérdidas. Esto quiere decir que se puede guardar la imagen tantas veces como se quiera sin perder calidad.

Dentro de los formatos de imágenes sin compresión, este es el más utilizado hoy en día en web. Es muy útil para fondos de la web, iconos o gráficos que no son fotografías.

Permite generar imágenes sin fondo

https://www.idento.es/blog/desarrollo-web/png-vs-jpg-que-formato-de-imagen-es-mejor-para-la-web/?_adin=02021864894

El formato de moda gracias a su integración con WhatsApp, GIF es un **formato que permite el movimiento** en un bucle normalmente infinito



https://www.idento.es/blog/desarrollo-web/png-vs-jpg-que-formato-de-imagen-es-mejor-para-la-web/?_adin=02021864894

Es un formato de imagen recién llegado y que ha venido a revolucionar el mundo de la compresión de imágenes. Desarrollado por Google y recomendado en su herramienta de optimización web PageSpeed Insights.

Sus inicios datan del 2010 como una iniciativa de código abierto que consigue compresiones tanto en imágenes estáticas como animaciones del 30%.

El único problema es precisamente que debido a su reciente salida no todos los navegadores soportan este formato. Lo podemos encontrar en Google Chrome, Opera y Safari. Es el futuro en los formatos de imagen.

https://www.idento.es/blog/desarrollo-web/png-vs-jpg-que-formato-de-imagen-es-mejor-para-la-web/?_adin=02021864894

Los colores en formato digital tienen “nombre” y no son: blanco , blanco roto o blanco marfil...



Colores de las imágenes

RGB

Es el color que da luz blanca en su combinación
(Rojo , verde y azul)

Se usa en **medios digitales**.

CMYK

Es la combinación de los colores pigmento
(Cian, Magenta, Amarillo + Negro)

Se usa en los **medios impresos**.



<https://www.helloprint.es/blog/author-mariacruz-diferencia-entre-colores-rgb-cmyk-pantone/>

RGB HLS y HEX (HTML)

Se usa en **medios digitales**.

El Formato de RGB es
(rojo , verde, azul)

HEX o HTML : #xxxxxx

	IndianRed	#CD5C5C	rgb(205, 92, 92)
	LightCoral	#F08080	rgb(240, 128, 128)
	Salmon	#FA8072	rgb(250, 128, 114)
	DarkSalmon	#E9967A	rgb(233, 150, 122)
	LightSalmon	#FFA07A	rgb(255, 160, 122)

Páginas que nos van a ayudar con los colores de nuestras imágenes

Transformar códigos:

<https://htmlcolorcodes.com/es/>

Conocer el código de una imagen

<https://imagecolorpicker.com/es>

Paletas de colores

<https://color.adobe.com/es/create/color-wheel>

Las tipografías son los diferentes estilos o **tipos** de letras que podemos elegir al hacer un diseño o escribir un texto

<https://www.dafont.com/es/>

 AlphaWood.ttf

CANVA



DIGICOM

PLAN DE DIGITALIZACIÓN
DEL COMERCIO DE GIJÓN

