

EN ESTE LIBRO

CAPÍTULO 1. INTERNET EN LA EMPRESA. LA EMPRESA EN INTERNET

Los principales conceptos para entender por qué una empresa tiene que tener presencia en la Web.

El 97,6% de las empresas grandes, el 86% de las medianas y el 68,7% de las pequeñas ya lo tienen.

CAPÍTULO 3. PROVEEDORES, DISEÑO Y CONTENIDO DEL SITIO

Todas las opciones que existen en materia de proveedores de acceso y diseño de un sitio.

Además, los elementos que deben ser contemplados para elaborar los contenidos de un sitio en general y de un sitio de e-commerce en particular.

CAPÍTULO 5. PRIMERA ETAPA DEL E-COMMERCE: PREVENTA

El comercio consta de múltiples etapas, e Internet juega un importante papel en cada una de ellas.

En este capítulo veremos lo que ocurre antes de concretar la venta propiamente dicha.

CAPÍTULO 7. TERCERA ETAPA: COBRANZA

Si bien la tarjeta de crédito está considerada como el medio de pago por excelencia en comercio electrónico, existen múltiples alternativas para cobrar por los servicios y productos vendidos.

CAPÍTULO 9. QUINTA ETAPA: POSVENTA

Si bien el marketing 1 a 1 se puede implementar con otras herramientas (teléfono, fax, etc), Internet ofrece muchas ventajas frente a los otros medios.

CAPÍTULO 11. LA VENTAJA DE LOS SHOPPINGS VIRTUALES

Los shoppings virtuales pueden constituirse en una muy buena opción para aumentar las ventas, en especial si no poseemos los recursos necesarios para la implementación de un sitio de e-commerce.

CAPÍTULO 13. CONSEJOS FINALES

Para finalizar, una serie de sugerencias que podrán hacer que nuestro sitio de ventas on line sea exitoso.

CAPÍTULO 2. NOMBRE DEL DOMINIO Y POSICIONAMIENTO EN MERCADOS ESPECÍFICOS

El futuro de un emprendimiento comienza a perfilarse desde la gestación de la idea. Por eso, aspectos tales como el nombre del dominio y el posicionamiento en los mercados resultan de vital importancia.

CAPÍTULO 4. LA SUBIDA DEL SITIO: EL HOSTING

El alojamiento o hosting de un sitio presenta una serie de parámetros a tener en cuenta a la hora de evaluar los servicios. En este capítulo los conoceremos en detalle.

CAPÍTULO 6. SEGUNDA ETAPA: VENTA

Un recorrido por la amplia oferta de productos y servicios a través de la Web para la implementación de sitios de venta on line.

CAPÍTULO 8. CUARTA ETAPA: ENTREGA

A partir de la toma en firme de la orden de compra, un aspecto clave de la logística es la preparación del pedido, y que llegue en tiempo y forma.

CAPÍTULO 10. LOS PROGRAMAS DE AFILIADOS

Gracias a los programas de afiliados, las empresas pueden establecer acuerdos con otros sitios que actuarán como nuevas sucursales.

CAPÍTULO 12. BUSINESS TO BUSINESS (B2B)

A pesar de no haber tenido tanta publicidad y difusión como los muy promocionados sitios B2C, el mercado de B2B es el que se llevará la mayor parte en materia de comercio electrónico.

APÉNDICE

Caso práctico de programa de afiliados: Compaq.

SERVICIOS AL LECTOR

Principales empresas .com del mercado latinoamericano.

Empresas de servicios para e-commerce.

Los 20 negocios on line top de EE.UU. (B2C).