

## **“115 Técnicas y consejos de Internet Marketing”**

me gustaría comenzar este informe mencionando un principio básico y simple:

*“es fácil obtener ingresos online si sabes lo que estás haciendo”*

El problema es que más del 90% de las personas que están emprendiendo un negocio en Internet no tienen idea de cómo se debe hacer.

Y lo que es peor, el 90% de las personas que están vendiendo u ofreciendo información o consejos desconocen por completo lo que verdaderamente es bueno.

La Biblia dice que cuando un ciego guía a un ciego, ambos caerán en el pozo. Si, eso es exactamente lo que notamos de la mayoría de los que se hacen llamar “Internet marketers”.

En el mundo de la Internet, la información y las técnicas que funcionaron hace 3 años... 1 año... o aún 6 meses atrás, es muy probable que ya no funcionen.

Este es un negocio que avanza a la velocidad de la luz. Si quieres permanecer al frente, debes tener acceso a la información mas actualizada posible.

Esa es una de las razones por las que hemos creado nuestro newsletter. Antes que nada, debes informarte sobre todas las novedades del Internet Marketing.

Solo lo que funciona “hoy” es lo importante.

*Y ahora, vamos directamente al informe:*

Literalmente hay miles de técnicas de marketing en Internet que puedes utilizar para aumentar los ingresos inmediatamente. A través de este informe, desarrollaremos algunas de ellas.

No incluiré demasiada información en cada técnica en particular. Parte de los objetivos de este informe es que tus propias ideas empiecen a fluir y no simplemente indicarte instrucciones paso a paso de lo que debes hacer.

### *1. Desarrolla una “posición única en la web” (PUW) para tu negocio*

Define que hace que tu producto o servicio sea “único”. ¿es mejor que el de la competencia o simplemente es la exacta misma cosa?

Los sitios exitosos en Internet jamás son idénticos a otros. Esos son sitios que surgieron a raíz de enfocarse en una característica “única” para un tipo de público “único”.

### *2. La “Posición única en la Web” es mucho más importante que los propios contenidos del website.*

Un buen concepto y una PUW (vea punto 1) funcionarán a la perfección con buenos contenidos. Tus anuncios necesitan sobresalir del resto de tu website y de todo lo que es ‘precios’, ‘servicios’, ‘calidad’, etc.

### *3. Si tu producto no se está vendiendo, no tengas como única opción bajar los precios.*

En algunos casos, puede ser que tengas los precios demasiado altos. Pero la mayoría de las veces, se debe a que no has valorizado lo suficiente tu producto a los ojos de los potenciales clientes. Antes de bajar los precios, intenta brindar algún

“bonus” o “extra” directamente relacionado con tu producto. En otras palabras, agrega más valor a tu producto actual. Si después de eso, las ventas no prosperan, entonces si, reduce los precios.

#### 4. *Antes de elegir un producto, elige un tipo de público.*

Las personas que comienzan con un producto y luego buscan clientes, tienen un duro camino por recorrer. Encuentra primero un mercado abundante que esté dispuesto a comprar un producto y luego desarrolla un producto para ese tipo de personas.

Esa es una de las claves del éxito. Si ya tienes tu producto, simplemente ten este consejo en cuenta para futuros emprendimientos.

#### 5. *Busca multitud de personas “hambrientas”*

Cuanto más ‘hambrientos’ sean tus potenciales clientes, mas rápido conseguirás el éxito. No malgastes tu tiempo en intentar cambiar los hábitos de los compradores. Crea un producto que la gente esté buscando en este preciso momento.

#### 6. *No intentes crear tu propio tipo de mercado*

Busca un mercado existente. Si no puedes describir en un solo párrafo quienes son tus clientes, entonces tendrás mucho trabajo pesado para encontrar clientes a quienes venderles tus productos. Otra vez... busca un público que esté buscando un producto en este momento.

#### 7. *“testear” es la clave del éxito en el marketing en Internet.*

Un anuncio publicitario puede funcionar 10 veces mejor que otro anuncio similar para el mismo producto. Por eso, debes

testear encabezados, títulos, ofrecimientos, garantías y métodos de generar tráfico.

Los marketers más exitosos no son siempre los más listos, sino los que han testeado mas veces su publicidad sin abandonar los objetivos de dichos métodos.

#### 8. *El propósito de toda la publicidad debería ser producir ventas.*

Un pequeño negocio no puede afrontar gastos de un millón de dólares tratando de crear una “marca” o un “nombre” con su website. Por ejemplo, tus banners deben ser testeados para asegurarte que cada centavo que gastes en publicidad producirá ventas.

#### 9. *Hasta la publicidad gratuita te cuesta algo...*

Cada pequeño anuncio te cuesta algo, ya sea tiempo o dinero. Asegúrate que está produciendo algún beneficio para tu negocio. Literalmente, nada de lo que hagas es gratis. Para darte un ejemplo, si decides adquirir un software por \$5000.-que te ayude en las tareas diarias, puede ser productivo, si incrementa tus ventas en un 50% (no importa el precio de dicho software)... pero debes testearlo para asegurarte que realmente te será productivo.

#### 10. *Cada aspecto de tu sitio web y del marketing debe estar enfocado en tu “Posición única en la Web” (PUW)*

Todo lo que haga o tenga que ver con tu Web o la publicidad, debe concentrarse en tu PUW (léase punto 1). Por ejemplo: la firma en tus emails, encabezados, títulos, formularios de compra o de pedido, informes gratuitos, anuncios publicitarios, etc. Los clientes, lectores o visitantes siempre debe conocer exactamente que es lo que te diferencia de la competencia.

*11. Integra todo lo que hagas en una única estrategia*

Las distintas actividades, informes gratuitos y la publicidad toda, deben estar enfocados al mismo tipo de cliente o persona interesada y eventualmente, brindarles la posibilidad para que adquieran tu producto o servicio. No trates de capturar la atención de 1 millón de personas a tu website. 10 personas interesadas y listas para comprar tu producto o servicio son mucho mas valiosos que tener millones de visitantes que tan solo están de paso.

*12. Planifica para tener ingresos de diferentes frentes.*

En la mayor parte de los casos, entre el 50% y el 90% de las ganancias proviene de las oportunidades de vender productos o servicios de segundo nivel. Con esto me refiero a ítems que no son tu producto principal o que son productos de otras empresas de cuyas ventas se obtienen comisiones. Si no consideras la posibilidad de ofrecer más de un producto o servicio, estarías perdiendo la mayor parte de tus ingresos.

*13. Asegúrate que incluyes algún ítem de alto precio dentro de tu estrategia general*

Si actualmente estás vendiendo productos de bajo precio (que cuesten menos de \$100) que no son de gran demanda, deberías incluir algún ítem de alto precio dentro de los productos de segundo nivel. Es más fácil vender un producto de \$1000.- con gran demanda y de buena calidad que vender uno de \$20.-

*14. Crea tu propio “embudo” para tus productos*

La mejor estrategia consiste en poner productos de bajo, mediano y alto precio todos juntos en el mismo embudo.

Por ejemplo, un consultor puede crear un libro (bajo precio) y un curso o paquete de libros (mediano costo). El producto de alto precio podría ser un servicio personalizado de consultoría.

15. *Elige un mercado o tema que te apasione*

No elijas un mercado o producto tan solo por el dinero o la productividad que brinde. Elige un tema que ames. Si te entusiasma lo que elegiste, descubrirás que es mucho más sencillo soportar los primeros tiempos hasta que llegue el éxito verdadero.

16. *Debes estar dispuesto a ver más allá de la “caja”*

Aunque resulta algo extraño, debes buscar ideas y estrategias fuera de la Internet que te ayuden a descubrir nuevas formas de hacer negocios, nuevos mercados y nuevos productos. Si una técnica es exitosa y puede traer ganancias fuera de Internet, también funcionará en la red. Testear es la única forma de encontrarlo.

17. *Ninguna técnica de marketing es realmente nueva*

Hablamos de nuevas tecnologías, pero en realidad ninguna estrategia de marketing es realmente nueva. Seguramente, alguna persona en otra industria la ha utilizado antes. Entonces, ten los ojos bien abiertos si es que decides comprar nuevas técnicas que complementen tu campaña de marketing. Es bueno que las estrategias hayan sido probadas para garantizar su efectividad.

18. *La “naturaleza” del marketing sigue intacta*

Los mismos principios básicos de marketing que funcionaban hace 100 años, siguen aún dando buenos resultados. Por

ejemplo, los clientes siguen estando mas interesados en ellos mismos que en tu negocio. Las personas todavía quieren los mismos beneficios básicos.

#### 19. [Busca las oportunidades fáciles](#)

No elijas un proyecto que cueste \$10.000,- y que necesite 2 años para surgir, especialmente si recién estás comenzando en el comercio electrónico. Busca proyectos que puedas realizar en un mes o menos. Es duro el trabajo que se realiza al principio, entonces asegúrate de tener la mayor cantidad de cosas a tu favor.

#### 20. [Evita los desafíos cuando elijas un negocio](#)

Demasiados desafíos y retos surgirán al comenzar un proyecto. Entonces, busca un proyecto que estés seguro de poder culminar rápida y fácilmente

#### 21. [No trates de competir con grandes corporaciones](#)

Jamás compitas con corporaciones multimillonarias en lo que a precios se refiere. No se puede comenzar a comercializar un libro y tratar de competir con los precios de Amazon.com. Para comenzar a hacerlo, deberías elegir a un pequeño y selecto grupo de personas interesadas.

#### 22. [Encuentra tu mercado o tipo de público específico](#)

Si quieres crear un website para la venta de libros, entonces concéntrate en un mercado específico, por ejemplo: perros,

dietas, negocios, etc. Si quisieras crear un portal o buscador enfocado en determinado público, no compitas con sitios grandes como Yahoo!

### 23. *Se realista con tu plan*

Sería una excelente idea el ofrecer un sitio que se actualice todos los días, como el de las grandes corporaciones. Ellos tienen cientos de diseñadores web y miles de empleados trabajando en ello.

Si quieres crear un sitio que se actualice día a día, deberías adquirir algún sistema que automatice esas actualizaciones. También podrías poner en práctica un grupo de discusión donde cientos de personas podrían proveerte de contenidos.

### 24. *Trata de ofrecer 7 links (o menos) en tu página principal*

Unos de los principales objetivos de todo negocio es asegurarse de no confundir a los clientes o visitantes. Ofreciendo solo 7 links (o menos) en tu página principal (homepage o index.htm) evitarás que los visitantes se confundan sobre el propósito o tema de tu sitio Web.

### 25. *Asegúrate que todas las páginas de tu sitio estén “linkeadas” a la página principal*

No asumas que los visitantes utilizarán el botón “back” de sus navegadores de Internet. Tampoco asumas que recuerdan cual es la dirección (URL) de tu página principal. Cada página de tu sitio debe estar conectada mediante un link con la página de inicio.



26. *Incluye el comando “nuevo” cuando pongas un link que lleve fuera de tu sitio.*

Serás capaz de mantener a tus visitantes en tu sitio, utilizando el comando “new” en los links que conduzcan a las personas fuera de tu sitio. La manera de hacer esto es simple: debes agregar `target=“newpage”` dentro del código HTML de tus páginas. Ejemplo:

```
<A REF.=http://www.continentalmarket.com target=“newpage”>
```

27. *Reduce el tamaño de los gráficos de tu sitio*

Los gráficos tardan mucho tiempo en cargarse en los navegadores de los usuarios. Trata de colocar la menor cantidad de gráficos y siempre reduce su tamaño al máximo. Por ejemplo, utiliza 16 colores en vez de 256.

28. *No siempre utilices nuevas tecnologías*

Crear páginas con Flash o Real Video es utilizar la nueva tecnología pero no confíes demasiado en ellas. No todos los usuarios tienen la posibilidad de adaptarse. Ofrece siempre la posibilidad de obtener la misma información con tecnologías más comunes o standart. Además, los usuarios no siempre querrán esperar a que tus páginas terminen de mostrar las animaciones e irán en busca de la competencia.

29. *Invierte dinero para tener tu propio dominio.*

No corras el riesgo innecesario de perjudicar a tu negocio por utilizar servidores gratuitos. Tener tu propio dominio en Internet (URL) ayuda a que tus clientes tengan confianza en ti. Créeme... vale la pena invertir \$15,- por año para tener tu propio dominio y \$20,- mensuales (aprox.) por un servicio de hospedaje (hosting).

30. *Busca un servicio de hosting que te provea soporte técnico, acceso CGI y páginas seguras para comercio.*

Muchas personas dejan estas cosas de lado y perjudican enormemente a sus negocios. Elige un buen servidor desde un principio... no busques tan solo los más económicos, en cambio, busca un equilibrio entre calidad y precio. Además de lo mencionado en el título, deben brindarte por lo menos 10 cuentas de email (con tu dominio), servicio de autoresponders y un amplio data transfer (cantidad de transferencia de datos).

31. *Aceptar tarjetas de crédito y débito*

Tu negocio debe poder aceptar tarjetas de crédito y débito si quieres tener éxito en las ventas. Aproximadamente el 90% o más de los clientes utilizarán sus tarjetas para realizar las compras. No formarás parte del mundo de los negocios hasta que no gesticiones la aceptación de tarjetas en tu website.

32. *Ofrece a los clientes diversas formas de pago*

La mejor forma de obtener muchas ventas en tu negocio es ofrecer una forma segura para que tus clientes compren: tarjetas de débito y crédito, pagos telefónicos, pagos con cheques, órdenes por fax y órdenes postales. Una de las claves para tener éxito en todo negocio es facilitarle a los clientes la tarea de comprar.

33. *Recuerda que los objetos gratuitos son una de las claves para vender.*

Ofrece productos o servicios gratis en tu website. Brinda información, programas, demostraciones gratuitas o ejemplos de tus productos o servicios. Los artículos gratuitos son una de

las mejores maneras para conducir a los clientes directamente a la compra.

34. *Brinda algo valioso tan solo por visitar tu website*

Mejor dicho... no ofrezcas algo tan solo para obtener mas visitantes. Asegúrate que es un buen ejemplo o muestra de los objetos o servicios que brindas. Si regalas baratijas o chatarra, el público pensará que los productos o servicios que vendes también lo son.

35. *Asegúrate que no estés regalando “todo”.*

Muchas personas ofrecen todo lo que tienen gratuitamente y no dejan lugar para las ventas. Además si ofreces todo, los posibles clientes no valorarán lo que estás brindando. Solo debes ofrecer muestras o demos de buena calidad... algo que despierte el deseo y la curiosidad en tus clientes y que haga que esas personas quieran comprarte luego.

36. *Crea un “embudo” que desemboque en las ventas*

Debes tener siempre en mente que el objetivo principal de tu website es conseguir las ventas. Si tus metas están dirigidas a las ventas online automatizadas, entonces asegúrate que cada uno de tus artículos, contenidos, etc en tus páginas estén enfocados justamente a ello: lograr que los visitantes tomen la decisión de comprar.

37. *No todos los websites están creados con el propósito de vender*

Algunas compañías solo quieren obtener datos de posibles interesados para luego comunicarse con ellos por email, correo o telemarketing. Si vendes un producto de alto precio,

(+\$1000,-) te será muy difícil vender directamente online... entonces, será mejor que simplemente obtengas los datos de los interesados y comercialices el producto offline.

38. *Una de las mejores cosas que se pueden hacer en un website es obtener direcciones de email de los interesados*

Si consigues esas direcciones, puedes hacer un “seguimiento” después. Si no consigues su dirección de email y no consigues venderles tu producto en su primer visita, entonces habrás perdido esa venta para siempre. Las estadísticas demuestran que un website solo captura entre el 2% y el 10% del total de visitantes.

No pierdas la oportunidad.

39. *El próximo website está solo a un clic*

La razón para concentrarse en la creación del website, está en saber que la competencia se encuentra a un solo clic. Si pierdes la atención del visitante por un minuto, habrás perdido una venta.

Cada parte de tu website, cada tema, cada párrafo debe capturar la atención de los clientes... ese es el objetivo para conseguir mas tarde las ventas.

40. *Dale la oportunidad a los visitantes de dejarte su opinión*

Todos los websites deberían tener un formulario donde los visitantes puedan dejar sus preguntas, opiniones o quejas. No todas las opiniones serán buenas pero eso te servirá para saber que es lo que provoca que algunas personas no te compren. Luego, podrás hacer los cambios necesarios para satisfacerlos.

41. *Cada página de tu website debe tener un título*

No deberías crear un título donde el nombre de la compañía esté en el borde superior de tus páginas... a menos que ese nombre muestre un beneficio para tus clientes. Debes usar tu "PUW" y uno o dos beneficios dentro del título de tus páginas si quieres conseguir más visitantes interesados y mantener los clientes existentes.

42. *Toda tu estrategia de marketing se verá imposibilitada si no te enfocas en tu carta de ventas*

Lleva el mismo trabajo conseguir que el 1% o el 20% de los visitantes de tu website compren tu producto. No avances ni implementes técnicas de publicidad hasta que no estés seguro que tu carta de ventas cumple su objetivo y puede vender por si sola.

43. *Espera obtener al menos \$1,- o más por visitante*

Ese es el índice aproximado que debes esperar obtener. Si no puedes lograr ese objetivo, algo en tu campaña de publicidad o en tu website está fallando. Por ejemplo, si tuviste 4000 visitas al website, las ventas deben ser al menos de \$4000,-. Debes testear cada anuncio publicitario, cada sitio en donde los ubiques y especialmente, los contenidos de tu website y de tu carta de ventas.

44. *Enfócate en el tiempo estimado que mantendrás a un cliente*

Si tu promedio de ventas es de solo \$0,25 por visitante, todavía puedes ganar dinero con esos clientes. Se trata de ofrecer productos o servicios de segundo nivel (propios o de otras empresas). Dichos ítems deben estar directamente relacionados con tu producto principal (o deben ser complementarios). Para

no perder esas ventas de segundo nivel, necesitas hacer los cálculos para saber durante cuanto tiempo esos clientes siguen visitando tu website y ofrecer esos productos en un mediano plazo.

45. *No comiences con un sistema de afiliados hasta que no hayas cumplido los objetivos anteriores*

No implementes un programa de afiliados simplemente para conseguir mas tráfico a tu website. Una de las principales causas por las que el 90% de los sitios de afiliados fallan es que los propietarios o responsables nunca testearon su sistema de ventas. Como propietario del website (y sus productos) ganarás dinero por medio de personas que promocionarán tus productos... pero que pasa con esos afiliados? ¿Realmente les interesa promocionar un producto o un sistema que no funciona lo suficientemente bien?

46. *Tu estrategia debe estar centralizada en los beneficios*

¡Probablemente he mencionado esto mil veces! Pero tu estrategia y tu website deben estar 100% centralizados en los beneficios que tu producto o servicio le brinda a los clientes. A esas personas no les interesa tu empresa ni los logros que obtuviste en el comercio electrónico... lo que sí les importa es lo que pueden obtener de tu producto o servicio. Déjales saber lo que puedes hacer por ellos.

47. *Dedica el 80% de tu trabajo en los títulos y encabezados.*

Si no puedes capturar la atención de los visitantes o clientes con el título o encabezado de tu website, entonces no vas a tener a esas personas por mucho tiempo mas en tu web. Los empresarios más exitosos de la red pasan varios días escribiendo títulos hasta obtener por lo menos 100. De esos

100, surgen otros 50 que son la combinación de los anteriores... y de esos 50 que quedan, solo utilizan 10 para sus páginas y sus cartas de venta.

48. *Los anuncios destacados son un arma poderosa de la publicidad*

La gente se mueve en Internet a la velocidad del pensamiento. Para llamar su atención y motivarlos a comprar o a visitar tu website, debes incluir varios benéficos en tus anuncios. Muchos de los títulos que no utilizaste en el consejo anterior, pueden ser los “destacados” de tu carta de ventas o de los diferentes anuncios publicitarios.

49. *Tu sitio web debe establecer credibilidad*

Es increíble la falta de credibilidad y confianza que inspiran muchos sitios comerciales de Internet. El paso número 1 para ser creíble a los ojos de visitantes es tener un website simple y claro, fácil de navegar y que provea información personal sobre su propietario. (generalmente esta información debe proveerse en 1 o 2 renglones al final de cada página)

50. *Los testimonios son otra clave para que los visitantes confíen en ti.*

Asegúrate de solicitar a los clientes que ya hayan adquirido tu producto o servicio, sus comentarios u opiniones. Luego pídeles permiso para publicar ese testimonio en tu website (junto con su nombre y su email). Guarda todos los testimonios en un archivo y utilízalos luego en tu website o en tu carta de ventas. A los interesados en tu producto les gustará leer sobre la opinión que tienen clientes anteriores.

51. *Ofrece una garantía sin cuestionamientos*

Nada produce mas confianza que el ofrecer una garantía total, la devolución total del importe abonado por el producto y SIN hacer preguntas de ningún tipo. Algunos clientes querrán tomar ventaja de ello. En mi empresa utilizamos esa técnica hace mas de 2 años y nadie ha hecho reclamos por devolución del importe. Pero aunque hubiera habido alguno, el aumento en las ventas que esta técnica nos proporciona, serían muy superiores las ganancias que las pérdidas.

52. *Usa “bonus” o “extras” para darle mas valor o beneficios a tu producto*

Está comprobado que los “bonus” aumentan considerablemente las ventas. Es aconsejable utilizar productos informativos ya que tienen un gran valor para los clientes. En algunos casos he notado que algunos comerciantes de la red ofrecen “bonus” más valiosos que el producto mismo y la gente compra los productos por la importancia del bonus.

53. *Siempre utiliza un PD. (posdata)*

Recuerda el ofrecimiento y la garantía nuevamente en un PD al final de tu carta de ventas. Todos los comerciantes que conozco emplean esta técnica y han incrementado sus ventas notablemente. Muchas personas acostumbran leer el PD y la firma de los escritos, aún antes que el título mismo.

54. *Repite el ofrecimiento en el formulario de compras.*

Muchas personas guardan en su carpeta “favoritos” (o “bookmark” en Netscape) las páginas donde se encuentran los formularios de compra. Cuando revisen esos archivos guardados, recordarán más fácil de que se trata y además reafirmará la decisión de comprar por parte de los clientes.



55. *Ofrece inmediatamente otro producto*

El mejor momento para venderle a un cliente existente es justamente cuando terminan de comprarte y todavía tienen su tarjeta de crédito sobre el escritorio. Aumentarás tus ventas entre un 10% y un 30% simplemente ofreciendo productos de segundo nivel que estén directamente relacionados con el producto o servicio que terminan de adquirir. El mejor lugar para hacerlo es cuando les muestras la página de “gracias por tu compra”.

56. *Crea un archivo de recursos en tu disco duro*

Crea una carpeta en tu disco duro para guardar aquellas páginas valiosas que encuentras navegando en la red. Cada vez que veas algo que puede beneficiarte a ti o a tus clientes, grábala en esa carpeta. No sería buena idea que copiaras o utilizaras material de otras personas sin su permiso, pero puedes usarlo como fuente de inspiración cuando tengas que editar tus propias páginas. Si lo que encuentras son recursos gratuitos, simplemente podrías recomendárselos a tus clientes. Sería bueno que chequearas esos recursos antes de ofrecerlos... y además que esa nueva página no sea competencia directa para tus productos.

57. *Lee y aprende todo lo que esté a tu alcance sobre como escribir cartas de ventas*

Los buenos comerciantes y escritores estudian, practican y chequean todo el tiempo. Si quieres vender directamente desde tu website, deberías hacer lo mismo. Si no planeas un tiempo para estudiar o no estás dispuesto a implementar nuevas técnicas para escribir, entonces deberías contratar servicios de terceros para que escriban los anuncios publicitarios y las cartas de venta por ti. Recuerda que en Internet no se pueden

cometer errores. Una sola palabra (que falte o que sobre) puede hacerte perder cientos de ventas... y mucho dinero que no podrás recuperar jamás.

#### 58. [Crea tu propio sistema para escribir cartas de venta](#)

Crea un sistema paso a paso que te ayude a escribir tu propia carta de ventas. Toma como ejemplo aquellos marketers exitosos que hay en la red. Fijate que sistema utilizan cuando escriben e implementa el tuyo propio. La mayoría de los comerciantes hacen una breve introducción sobre el tema del website, luego escriben sobre algunas necesidades que tiene el público (sobre ese tema en particular). Después presentan el producto, mencionan mas beneficios... de inmediato, irá el precio y los “bonus”. Al final hablan sobre garantías y formas de pago y entrega, vuelven a mencionar los principales beneficios y ubican el botón de comprar.

#### 59. [Utiliza los manuales](#)

Dentro del pack de manuales que adquiriste con este curso, hay varios que ofrecen títulos, encabezados y anuncios publicitarios listos para usar. Solo tendrás que modificarle alguna palabra que tenga que ver con tu producto o servicio en particular. También hay un libro que menciona las palabras que deberías utilizar (y las que no) dentro de todos tus escritos, ya sean anuncios, cartas de ventas, newsletters, títulos, etc.

#### 60. [No pongas en marcha un sistema de afiliados que no esté probado anteriormente](#)

Que alguien pueda tener miles de afiliados trabajando gratis en su sistema, no significa que esté logrando las ventas. En el 90% de los casos que chequeo en la red, he comprobado que no pueden hacer ventas. Asegúrate que no formas parte de esas estadísticas!

61. *Hasta un afiliado a tu sistema debe tener su propia URL*

Si implementas un sistema de afiliados en tu website, debes brindarle a tus afiliados o asociados una URL dentro de tu propia URL. (Por ejemplo: [www.tuURL.com/?1234](http://www.tuURL.com/?1234) ) Pero un buen afiliado debería tener su propio dominio y hospedaje. Aquellos que lo hacen son los que están obteniendo ganancias. Las personas deben verlo como un negocio y no como un simple afiliado o asociado queriendo obtener una comisión.

62. *Los banners son la forma menos efectiva de ofrecer los productos del sistema de afiliados.*

Actualmente, los banners están perdiendo efectividad. Solo aquellos que ofrecen algo realmente beneficio o innovador son los que tienen éxito. Nada se compara con un buen anuncio publicitario o una recomendación personal en un newsletter. Utiliza estos sistemas de promoción en vez de los banners.

63. *Escribe un testimonio personal para tu programa de afiliados.*

Los afiliados que tienen éxito en las ventas, suelen escribir algún artículo, recomendación o testimonio personal del producto que se comercializa. Luego recurren al marketing. No muestres tan solo un link... debes darle credibilidad a tu ofrecimiento y al producto o servicio que estás representando.

64. *Ofrece un “bonus” por comprar desde tu link de afiliado*

Hasta un afiliado debe tener su “posición única en la Web”.

Podrías ser el único afiliado que ofrece un “bonus especial” a las personas que adquieran el producto por tu intermedio y no por medio de otro afiliado. Comprando el producto a través de ti, puede ser más beneficioso que comprarlo directamente del propietario mismo.

65. *Los distribuidores y marketers de la Internet también deberían implementar esa técnica*

Ser el único representante que ofrece un “bonus” en particular, puede convertirte en el vendedor número 1 de la empresa. Diferénciate del resto de los representantes. Descubrirás que el arte de vender se vuelve un 500% más sencillo de lo que imaginaste.

66. *Crea tu propia base de datos de email (Opt-in email list)*

Lo mas valioso que puede tener un negocio en la red es contar con su propia base de datos de clientes o interesados. Si consigues tener 10.000 suscriptores dispuestos a recibir tus mensajes de correo, entonces nunca jamás tendrás que preocuparte por el dinero. Puedes hacerlo a través de un formulario en tus páginas Web, por ejemplo, suscripción a un newsletter semanal.

67. *Endosa promociones en los mensajes a tu lista de correo.*

Una vez que comiences un contacto programado con tus suscriptores, envíales información sobre los productos o servicios que ofreces (propios o de un sistema de afiliados). Recuerda que los mejores afiliados son aquellos que ofrecen un testimonio personal o una recomendación a sus interesados. Además, como esos sistemas de afiliados son del tipo “piramidal” puedes tener tus propios afiliados y ganar

comisiones por las ventas que ellos realicen por su cuenta. Ofréceles la posibilidad de afiliarse contigo.

68. *Personaliza los mensajes de email*

Hazlo siempre que te sea posible. Hay decenas de miles de newsletter y millones de emails enviados a diario en el mundo entero. Por lo tanto debes encontrar la manera que los receptores de tus mensajes te distingan e individualicen del resto de los email que pueden estar recibiendo.

69. *Utiliza un sistema automatizado “autoresponder”*

Estos email autoresponder pre-programados, enviarán hasta 10 mensajes a tus clientes o interesados. Comienza a utilizarlos en tu newsletter, en tu website, en tus informes gratuitos, etc., para poder captar sus datos de correo.

Trata de conseguir un buen sistema que parezca que tú personalmente has enviado el mensaje.

70. *Provee información calificada en tus mensajes.*

No edites tan solo ‘gloriosas’ cartas de venta y las envíes como si fueran informes gratuitos. Aprende como combinar información importante para los lectores con material de ventas. Esa es la cuestión... saber integrar información gratis con cartas de venta.

71. *Publica tu newsletter en un cronograma que te sea favorable*

No publiques un boletín informativo diario o semanal tan solo porque otra persona lo hace. Necesitas encontrar la forma que funcione para ti. Si por alguna razón (falta de tiempo o falta de material) te conviene brindar una publicación mensual,

entonces hazlo así. No lances tus artículos todos juntos tan solo para descubrir luego, que no tienes nada para enviar y no puedes cumplir el cronograma.

72. *No tengas miedo de venderles a las personas de tu lista*

Primero debes brindarles información de buena calidad para ganarte su confianza y credibilidad. Pero tu newsletter o tus publicaciones no te harán ganar dinero si no te animas a ofrecer tus productos o servicios.

73. *Usa tu Website y tu lista de correo juntas*

Aprende como integrar y trabajar al mismo tiempo con tu website y tus publicaciones por email. Los comerciantes mas exitosos de la red saben que se deben combinar estas dos herramientas para maximizar los resultados en las ventas.

74. *Inscribe tu newsletter en cada directorio disponible*

Hay docenas de buenos directorios especializados en promocionar newsletter y boletines informativos. Aunque no recibirás miles de visitas por ellos, si obtendrás una buena cantidad diaria de personas interesadas y posibles ventas. También se puede establecer contacto con otros comerciantes de Internet que tengan productos y servicios relacionados, hacer intercambio de anuncios publicitarios, etc.

75. *Intercambia publicidad con otros editores de newsletters*

Una buena forma de incrementar tus suscriptores es establecer relaciones comerciales con otros editores. El intercambio de anuncios publicitarios dentro de ambos newsletter es la forma

más común y beneficiosa para ambos. Busca listas de correo que tengan similar cantidad de suscriptores y se dediquen a un tema relacionado con tu propio newsletter. Envíales un email de presentación con tu propuesta.

76. [\*Asóciate con otras empresas para construir tu lista de correo\*](#)

Personalmente pude triplicar el número de suscriptores diarios a mi newsletter. Lo que hice fue intercambiar anuncios publicitarios con otros 3 editores, en la página donde agradezco la suscripción. Entonces, cada vez que una persona se suscribe a alguno de mis newsletters, se les presenta la oportunidad de suscribirse a las otras 3.

77. [\*Dale interactividad a tu newsletter\*](#)

Realiza encuestas, votaciones y preguntas a tus suscriptores. En uno de mis newsletters, la sección preferida es donde los suscriptores dejan sus preguntas, las cuales son respondidas en la siguiente edición.

78. [\*Siempre crea una base de datos personalizada de tus clientes o suscriptores\*](#)

No solo uses el email para contactar personas interesadas o suscriptores. Contacta también a los clientes (los que ya han adquirido tus productos). Escríbeles a esas personas y ofréceles productos adicionales (cada mes o cada 3 meses). Pero no solo les escribas para venderles algo... también debes proporcionarles algo gratis, información calificada, etc.

79. [\*Utiliza publicidad gratuita para testear tu sistema\*](#)

Cuando llega el momento de testear un nuevo sistema de marketing, siempre elijo los anuncios gratuitos. La Internet es el único medio donde se permite testear o chequear un sistema publicitario sin pagar por ello. Hazlo también con nuevos productos, para chequear precios, títulos, etc.

#### *80. [Prepara una firma que acompañe todos tus emails](#)*

Cualquiera sea el software para manejar correo electrónico que estés utilizando, puedes configurar una firma predeterminada para que aparezca automáticamente al final de todos los mensajes de email que envíes o reenvíes. Busca en el manual de usuario o en la ayuda del programa para obtener mas detalles. La firma debe tener entre 4 y 8 líneas de no más de 60 caracteres por línea. Debe incluir tu nombre, tu email, tu URL y algún slogan o anuncio publicitario breve que contenga un beneficio para el lector.

#### *81. [Participa en grupos de discusión](#)*

Conozco personas que construyeron su imperio en Internet basándose en los grupos o foros de discusión, grupos de noticias y listas de correo. Realmente me sorprendí por los resultados obtenidos cuando comencé a participar en estos sitios. Aumentaron considerablemente mis suscriptores y mis ventas. El secreto: enfocarse solo a aquellos foros o grupos numerosos cuyo tema esté directamente relacionado con el de nuestro website.

#### *82. [Inscribe tus artículos a otros newsletters y sitios web](#)*

Lograr que otro editor incluya tu artículo en su newsletter, es una de las mejores maneras de conseguir clientes. Hay muchas personas en busca de artículos nuevos en la Internet. Simplemente búscalos y hazles tu propuesta. El artículo, por lo general no debe superar las 500 o 600 palabras y tener no más



de 60 caracteres por línea. La firma al final del artículo, hará que los nuevos lectores te contacten, visiten tu website o se suscriban a tu newsletter.

### 83. [Crea tu propio libro electrónico](#)

Aproximadamente 1/3 del tráfico que tengo en mi website proviene de los ebooks que yo misma escribí y que son distribuidos en Internet. El tráfico llega sin necesidad de poner publicidad ni de gastar el tiempo. Los ebooks tienen mucho valor a largo plazo, en lo que a tráfico corresponde. Tu también puedes escribir el tuyo, para ofrecerlo a los suscriptores o para inscribirlo gratuitamente en los sitios gratis de la web.

### 84. [Solicita intercambio de links](#)

Si has producido un sitio web rico en contenidos, comienza a buscar links en otros sitios. La manera más sencilla es realizar una búsqueda en Google o Altavista para encontrar quienes ofrecen links a tu competencia. Luego, envíales un email solicitando un link en sus websites o... lo que es mejor, un intercambio de links.

### 85. [Inscribe tu website manualmente en los 10 principales buscadores de la Internet.](#)

Aproximadamente el 95% del tráfico que llega de los buscadores, proviene de los 10 mas grandes y reconocidos a nivel internacional.

Suscribe tus páginas en esos buscadores y directorios manualmente, mediante los formularios que encontrarás en cada uno de ellos. Jamás utilices esos servicios que se encuentran en Internet que mediante un software, ofrecen inscribir tu web en 100 o 500 buscadores al mismo tiempo, pues no sirven. Por tu seguridad y el bien de tu negocio, siempre hazlo tú mismo.

86. *Utiliza software para inscribirte en los otros 1500 buscadores y directorios.*

Hay miles de pequeños buscadores y páginas que ofrecen insertar tu link gratuitamente. Realmente, no vale la pena tomarse el trabajo de hacerlo manualmente. Entonces, adquiere el software o utiliza algún servicio de Internet para tal fin. A mi parecer, es conveniente comprar el software (aprox. \$100) pues te brinda la posibilidad de inscribir páginas una y otra vez.

87. *Selecciona los buscadores que vas a utilizar*

Debes quitar la opción de los grandes buscadores cuando utilices esta herramienta de inscripción automática. Solo debes inscribirla en los buscadores pequeños pues en los principales debes hacerlo manualmente.

Tener tu website listado en la mayor parte de los buscadores te permitirá tener una considerable cantidad de tráfico diaria

88. *Tu website debe estar presente en los materiales de todos los días.*

Asegúrate que tu website y tu PUW se encuentran presentes en la papelería y materiales de tu empresa, por ejemplo, folletos, anuncios en periódicos, facturas, remitos, etc.

No limites el marketing tan solo a la presencia en la red. La mejor publicidad puede estar offline.

89. *Pon tu dirección web (URL) en las tarjetas de negocios y en los encabezados de las cartas*

Tu website debe ser mencionado en estos importantes materiales de negocios... y siempre acompañado de tu PUW.

Mencionar tu URL no es suficiente... debes mencionar los beneficios o el tema que desarrollas en él.

90. *Los anuncios gratis en la prensa son el mejor medio para publicitar*

La publicidad gratis puede conducir más tráfico a tu sitio en una sola noche que cualquier otro medio de publicidad gratuito en todo un año. Haz todo lo que esté a tu alcance para aprender a escribir buenos anuncios en periódicos. Chequea la temática que se usa en cada periódico y comienza a publicar anuncios en revistas, diarios y hasta en la radio o TV, por email, fax o correo tradicional.

91. *Una vez que tu sistema funcione correctamente, podrías comenzar a usar publicidad paga*

Al usar publicidad gratuita primero, podrás probar si tu sistema funciona o no, sin tener que gastar un solo centavo en ello. Una vez que hayas probado tu sistema y hayas testeado los diferentes anuncios, artículos, etc., deberías contratar medios de publicidad pagos para conseguir mas cantidad de tráfico a tu website y obtener una continuidad en las ventas.

92. *Los anuncios en newsletters son los ideales*

¡Amo los anuncios en newsletters! Puedes esperar obtener miles y miles de visitantes a tu website y gastar solamente entre \$10 y \$100. Nada se compara con este método. Redacta un buen aviso clasificado, testéalo lo más que puedas. Luego busca newsletters relacionados con tu tipo de público y contrata el espacio publicitario.

93. *Logra que tus banners parezcan interactivos*

Los banners están perdiendo efectividad en los últimos tiempos. Una de las formas de conseguir que los usuarios clikeen en ellos es crearlos de tal forma que parezcan interactivos. Para ello, puedes agregar botones que simulen menús desplegables, o cajas de selección, etc. Esto parecerá “parte” del website y no un banner. De esta forma conseguirás mas cantidad de respuestas.

94. [Los banners creados en HTML le ganan a los tradicionales.](#)

El mejor método que encontré para construir la lista de mi newsletter, fue crear un banner en HTML donde las personas puedan suscribirse al newsletter SIN abandonar el website. Esta técnica produce miles de nuevos suscriptores por semana y a un muy bajo precio.

95. [Siempre codifica y testea cada anuncio](#)

Todos los anuncios publicitarios deben incluir en ellos un mecanismo para rastrear y testear su efectividad. Una de las formas es crear cientos de páginas “espejo”, (Páginas con el mismo exacto contenido) para que puedas darle a cada anuncio una URL diferente. Luego, al revisar las estadísticas de visitas de tu website, sabrás cual anuncio tuvo mas éxito (dependiendo de la cantidad de visitas de cada página)

96. [GoTo.com es una de las mejores herramientas hoy en día](#)

Este website es simplemente un “pay per clic”. En este tipo de sitios se paga por 1 o varios keywords (palabras clave). Se debe pagar una pequeña suma (\$0,01) para ingresar y luego pagas otra pequeña cantidad por cada visitante que ingresa a tu website a través de realizar una búsqueda con ese keyword. Seleccionando cientos de keywords, puedes obtener miles de

visitantes a diario. El precio que pagas por cada visitante lo decides tu. Puedes poner un precio muy bajo como \$0,001 pero si otro comerciante paga más que tu, entonces él aparecerá en primer lugar en los resultados de la búsqueda. Ese es el sistema básico de todo sitio “Pay per clic” aunque goto.com es el mas popular de los websites de este tipo.

97. *Los sitios “pay per lead”*

Algunas compañías como pennyweb.com utilizan técnicas parecidas a goto.com. Ahí, tu brindas un banner y pagas cierta cantidad de dinero (entre \$0,15 y \$0,50) por todo el tráfico que ese banner lleve a tu website.

98. *Utiliza el mismo título en tu sitio que en tus anuncios*

Suponiendo que ese título fue testeado y cumple con todos los requerimientos del marketing, deberías utilizarlo en ambos lugares. Esto permite a los visitantes a mantenerse en tu sitio y a no estar confundido. Es “dudoso” clikear sobre un anuncio y al ingresar a la web, encontrarse que el título nos dice otra cosa. Lo primero que pensará el visitante es que el link estaba equivocado o que fue intencionalmente redirigido a otra web y, abandonará el sitio.

99. *Prueba con una respuesta personal en anuncios específicos*

Por ejemplo, si tienes un banner en InfoSeek, podrías incluir un encabezado que diga “Bonus especial para los miembros de Infoseek”. Si tienes algún acuerdo comercial con algún editor de Newsletter, menciona el nombre de ese newsletter al principio de la página.

#### 100. Publicidad offline

Considera implementar publicidad offline en tu negocio. Algunos de los grandes negocios de la red también publicitan en Radio, televisión y medios gráficos. En determinadas industrias, los negocios producidos a través de la publicidad offline suelen ser superiores a los de Internet. Incluso, se consiguen más rápido las ventas.

#### 101. Los pack de tarjetas postales dan excelentes resultados

Puedes adquirir los servicios de alguna empresa que te permita enviar 100.000 tarjetas postales a 100.000 lectores por un precio que varía entre \$500,- y \$1.500,-. Esto te permitirá tener muchos visitantes interesados por un bajo costo. Prepara un informe gratuito u otro servicio y luego escribe la dirección web de tu negocio en la tarjeta para que soliciten mas información.

#### 102. También los anuncios en revistas son altamente efectivos

Si quieres llamar la atención de clientes realmente interesados deberías tener en cuenta la publicación de anuncios en revistas tradicionales. El tiempo estimado que un anuncio debe permanecer en una revista especializada, es de al menos 4 meses. Es sabido que las personas necesitan ver una misma publicidad varias veces hasta que se decidan a tomar una acción o a comprar un producto que allí se ofrece. Como lo dije anteriormente, las revistas elegidas para poner publicidad, deberían ser aquellas especializadas en el tema al que se dedica tu website o del rubro de tu producto o servicio.

#### 103. Crea un sistema publicitario tipo “cooperativa”

Si decides, por ejemplo, hacer publicidad por medio de tarjetas postales o correo tradicional o en diarios y revistas, resulta mucho más económico si participaran varias empresas en dicha campaña.

Por ejemplo, cuanto más grandes son los espacios publicitarios en periódicos, más económico resultan en proporción. Por ello, si se agruparan diez empresas y compraran una página entera de un periódico o revista, seguramente el anuncio saldría mucho mas barato.

#### *104. Envía artículos a editores de revistas*

No limites los artículos o informes tan solo a la publicación gratuita en directorios de newsletters o a la Internet. Los editores de revistas están siempre en la búsqueda de buenos y nuevos contenidos para sus publicaciones. Una sola publicación de este tipo puede traerte miles de interesados. Recuerda que la firma al final de eso artículos es la que permite promocionarte a ti y a tu negocio o producto.

#### *105. Tener tu propio producto es la mejor forma de hacer dinero en un negocio online.*

Hay muchas personas que comienzan su aventura como comerciantes en la red a través de “programas o sistemas de afiliados”, obteniendo comisiones por la venta de productos o servicios de otras empresas. Si ese es tu caso, deberías considerar seriamente la posibilidad de tener tu propio producto. De lo contrario, nunca verás las verdaderas ganancias de este negocio.

#### *106. Una vez que tengas tu propio sistema, comienza tu propio programa de afiliados.*

Cuando tu website esté listo y tu sistema de ventas chequeado y funcionando correctamente, implementa tu propio programa de

afiliados (o asociados). De esta forma, puedes tener miles de personas ofreciendo tus productos a los cuales tú les pagas una comisión cada vez que un comprador que ellos “envían” a tu website adquieren tu producto. Dale a tus afiliados todas las herramientas y la información que necesitan para que puedan realizar sus propias campañas publicitarias y estrategias de venta. envíales artículos, informes, banners, cartas de venta, etc.

*107. Usa los programas de afiliados para conseguir ventas de productos de segundo nivel*

Cuando las ventas de tus propios productos comiencen a tener buenos resultados, podrías ir en busca de otros productos o servicios relacionados para ofrecerles a tus clientes. Podrías afiliarte a algún programa que ofrezca un producto que tus clientes quisieran adquirir y ganar comisiones por esas ventas.

*108. Busca alrededor tuyo ideas de productos.*

Las ideas se encuentran por todos lados... en los anuncios de televisión, radio, revistas, periódicos, afiches, etc. Ten siempre tu mente abierta y despierta para buscar ideas que te ayuden a crear nuevos productos o servicios para comercializar en tu website. No importa a que te dediques o cuales sean tus preferencias, las novedades son siempre bienvenidas por los consumidores.

*109. Investiga materiales de dominio público*

Hay miles de materiales públicos en la red que puedes utilizar en tu propio negocio. Algunos son totalmente gratis, otros son demos o muestras. Puedes utilizarlos para tu negocio o para ofrecérselos gratis a tus clientes. (por ejemplo, todo lo que tenga que ver con información. Tutoriales, ebooks, etc). Recuerda que



todos los productos o servicios de ese tipo tienen Derechos de Autor y se deben respetar las reglas.

*110. Realiza entrevistas y haz grabaciones de ellas*

Una buena idea de producto es sin duda, encontrar una persona experta en determinado tema y realizar una entrevista amplia. Podrías grabar esa reunión en un cassette de audio o en un archivo de audio y comercializarlo. Es un tipo de producto de venta masiva que se puede crear con cero o muy poca inversión.

*111. Los productos informativos en video tape*

Podrías realizar una entrevista como en el caso anterior o hacer tu propio tutorial “audio-visual” creando cursos o productos informativos en video tapes. Es un producto muy bien aceptado por los usuarios. Ese mismo video tape puede ser convertido en archivo y ser comercializado y entregado por medio de Internet o por correo tradicional.

*112. Puedes crear un sitio de suscripción*

Son los websites que han tenido un crecimiento muy rápido en los negocios online, especialmente los dedicados a información. Puedes proveer información actualizada “minuto a minuto” sobre un tema en particular. Mediante suscripción, los clientes tendrían acceso ilimitado durante un determinado período, tras el cual pueden volver a suscribirse.

*113. Publicación de imprenta, un producto clásico*

Convertir un producto digital informativo o educativo en una publicación de imprenta suele ser siempre un producto de venta masiva. Debes enfocarte y basar toda la publicidad en el título

y los beneficios. Sería una buena técnica de promoción realizar también muestras del producto y enviarla a compañías editoras o grandes librerías para que comprueben la calidad del producto y se decidan a revenderlo.

#### *114. Busca proyectos que sean rápidos y fáciles*

No te decidas por un producto que te lleve un año crearlo o desarrollarlo. En cambio elige un producto o servicio que esté listo en un par de semanas o un mes a lo sumo. Los ejemplos del audio o video tape son proyectos rápidos y fáciles.

#### *115. Adquiere conocimientos.*

Para tener un negocio exitoso, es necesario saber que es lo que se quiere hacer y cómo debe hacerse. No es difícil llevar a cabo un sitio dedicado al ecommerce, siempre y cuando se esté dispuesto a aprender.

La Internet va cambiando día a día, y debes estar al tanto de todas las estrategias, tácticas y técnicas del marketing y e-commerce.

Si aún no lo has hecho, sugiero que te inscribas a nuestro Newsletter que se envía gratuitamente dos veces a la semana y en el cual proveemos de todos los avances sobre e-commerce, tutoriales, recursos y estrategias probadas de marketing:

<http://www.continentalmarket.com/index-e-htm>

### **CONSEJO:**

Las técnicas mencionadas no fueron escritas tan solo para que las leas... sino para que las implementes en tu negocio.

No dejes pasar mas tiempo y ponlas en práctica ya mismo!

## Los problemas que pueden presentársele a los principiantes

La tarea más difícil que se le puede presentar a alguien que quiere trasladar su negocio convencional a Internet o para aquel que recién comienza un negocio, es por donde empezar.

La mayoría de la gente de negocios y empresarios con los que tuve la oportunidad de entrevistarme estaban totalmente “inundados” con la gran cantidad de información disponible sobre técnicas y estrategias que requieren para comenzar, promocionar o expandirse en un negocio online.

A pesar que existen varios cursos de marketing a la venta online (dicho sea de paso, muchos son muy buenos), esos cursos son mas beneficiosos para aquellas personas o empresarios que ya poseen su negocio online...

Estas personas ya tienen conocimientos de lo que quieren vender y de cómo deben hacerlo y simplemente necesitan ajustar detalles y adquirir las últimas estrategias, implementar unas pocas técnicas de marketing para hacer aun más rentable su negocio.

Pero tú, probablemente, todavía no tengas un website, ni un producto y no hayas aún identificado el tipo de mercado o público al que irá dirigido tu negocio.

Tampoco has encontrado un problema o necesidad en una gran masa de gente a la cual proveer con un producto o servicio para resolver ese problema o cubrir esa necesidad.

Pues bien, por ello lanzamos al mercado nuestro nuevo manual

“Curso intensivo de Marketing y Comercio Electrónico - edición 2002”

Son 500 páginas que te servirán de guía y disiparán todas tus dudas e interrogantes pues abarca todos los puntos que necesitas aprender, desde lo más básico hasta lo mas avanzado, desde como elegir un producto, crear una empresa online, aceptar pagos con tarjetas sin necesidad de tener una costosa cuenta comercial, hasta lo mas avanzado en estrategias de marketing y técnicas de venta.

Aprenderás como publicitar escribiendo tus propios anuncios y preparando tu propio material de marketing. Tendrás conocimientos de cuales son los errores más comunes que se cometen en el ecommerce, cuales métodos publicitarios son más efectivos y como crear y aprovechar al máximo las relaciones comerciales con otras empresas.

Siguiendo paso a paso los diferentes capítulos de este manual, lograrás tener tu propio negocio en Internet, con un website totalmente automatizado que venda por sí solo.

Podrás aprender y trabajar desde la comodidad de tu casa, sin interrumpir tus tareas diarias, y construir tu empresa con una mínima inversión (realmente muy poca) y obtener tus primeros ingresos en un corto plazo.

Por ser nuestro mas reciente producto, este manual de 500 páginas está con un precio promocional increíble:

Tan solo [\\$ 14,99!](#)

(Al cabo de su etapa de promoción, este manual costará \$35.-)

Si... realmente un precio que está al alcance de todos!

No puedo explicar con palabras las grandes ventajas y conocimientos que vas a adquirir con este curso!

Para poder adquirir el [Curso Intensivo de Marketing y comercio electrónico – ED. 2002](#), clickea el siguiente link que te llevará al sitio de Clickbank donde podrás abonar con tu tarjeta de crédito o débito o con cheques online.

### [Curso Edición 2002](#)

Clickbank es una empresa encargada de transacciones comerciales en Internet y cuenta con la mayor seguridad de la red. Tus datos jamás serán vistos por nadie... ni siquiera por nosotros.

Clickbank te enviará además un email que sirve de suficiente recibo de pago. Después de terminada la compra, Clickbank te dirigirá inmediatamente a una página en nuestro sitio web donde podrás bajarte el manual.

Si estás inseguro o necesitas hacer alguna consulta o prefieres otra forma de pago, no dudes en escribirme a [consult@continentalmarket.com](mailto:consult@continentalmarket.com)

Si prefieres llamarnos telefónicamente, puedes comunicarte con nuestra sucursal de Buenos Aires al teléfono (54) 11-4206-4087 . [54 es el código del país]

quedo a tu entera disposición,

Celia B. Savaris

Lic. En Marketing y comercio electrónico  
Pres. de Continental Market inc.  
Miami Beach, Fl., USA