

MANUAL DE LA FICHA TÉCNICA
*“Desarrollo de Estrategia de Ecommerce y
Marketing Digital”*

MAYO 2017

ÍNDICE

1. Introducción.
2. Modelo de Negocios “México exporta EnUnClick”.
3. Descripción de la Ficha Técnica del Apoyo “Desarrollo de Estrategia de E-Commerce y Marketing Digital”.
4. Perfil de las empresas que pueden solicitar el Apoyo de ProMéxico.
5. Perfil de los consultores que realizarán el desarrollo de la estrategia de e-commerce y marketing digital de las empresas beneficiadas.
6. Servicios que deberá de entregar el Consultor como resultados de su asesoría.

1. Introducción

Gracias a Internet, las oportunidades de Comercio Electrónico Transfronterizo (Cross-Border eCommerce) se han vuelto más accesibles, siguiendo los consejos de expertos en el tema. Desde la perspectiva de la comercialización y distribución global, el internet es un mercado donde las PyMes mexicanas pueden ofrecer sus productos y/o servicios sin tener que salir del país y tienen acceso sin intermediarios a millones de consumidores a la distancia de un click.

El eCommerce experimenta cada año y a nivel mundial crecimientos porcentuales del 25% y se está convirtiendo en el canal de venta con el mayor potencial de desarrollo para las empresas PyMEs. El Mercado global del B2B, está aproximado a crecer 6,300 billones (USD) en el valor bruto de mercancías para el 2020. Las ventas de e-commerce B2C alcanzaron 1,900 billones de dólares en el 2016.

2. Modelo de Negocios “México exporta EnUnClick”.

El Modelo de Negocios “México exporta EnUnClick” (B2B o B2C) consiste en aprovechar las oportunidades de negocio globales que se están generando por medio del e-Commerce y facilitar que más empresas mexicanas se preparen y participen en forma eficiente, con la venta de sus productos y servicios en mercados internacionales (Cross-Border E-Commerce). Lo anterior, a través del desarrollo de una estrategia integral de e-Commerce y Marketing Digital (con la creación de una tienda en línea y su promoción a través de una campaña en redes sociales o el establecimiento de una tienda en alguna de las MarketPlaces globales como Amazon, eBay, Alibabá, etc.) dependiendo de la situación actual de la empresa, el análisis del mercado meta y el benchmarking de la competencia.

El Modelo de Negocios “México Exporta EnUnClick” está constituido por tres etapas:

1. Capacitación a través de talleres y cursos desarrollados por ProMéxico con diferentes temáticas de comercio electrónico y mercadotecnia digital para PyMEs que aún no tienen una estrategia ni una visión digital, pero tienen interés en desarrollarla.
2. Asesoría para PyMEs que quieren consolidar su estrategia integral de E-commerce y Marketing Digital local e internacional, incluyendo Redes Sociales.
3. Incursión de las PyMEs mexicanas que cuentan con una estrategia digital consolidada internamente, a alguna de las marketplaces globales existentes, para ingresar al mundo del “Cross-Border eCommerce”.

3. Descripción de la Ficha Técnica del Apoyo “Desarrollo de estrategia de e-Commerce y marketing digital”

¿En qué consiste el Apoyo “Desarrollo de estrategia de e-Commerce y marketing digital”?

ProMéxico otorga un apoyo económico a reembolso a las empresas mexicanas para que contraten a un consultor para desarrollar una estrategia integral de E-commerce y Marketing Digital incluyendo redes sociales, para la venta de sus productos en mercados internacionales (Comercio Transfronterizo).

Importe máximo del apoyo: \$75,000.00 (setenta y cinco mil pesos 00/100 m.n.) no sujeto a IVA.

Los principales puntos a desarrollar por parte del consultor, son:

- Documento con el estudio de la situación actual de la empresa, análisis del mercado meta y benchmarking de la competencia a través de los medios digitales.
- Documento con el desarrollo de la estrategia de comercio electrónico y mercadotecnia digital. (Redes Sociales).
- Desarrollo o Configuración de una plataforma de comercio electrónico, con medios de pago y logística para la exportación. (español e inglés).
- Reporte de resultados (Métricas) con los logros y estadísticas de la implementación de la estrategia de comercio electrónico y mercadotecnia digital.

4. Perfil de las empresas que pueden solicitar el Apoyo



PyMES mexicanas exportadoras, con potencial exportador, organismos y/o asociaciones empresariales, redes de exportación y/o empresa internacionalizada que desee realizar Comercio Electrónico Transfronterizo (Cross-Border eCommerce).

La empresa, organismo, asociación o red de exportación solicitante debe contar con página electrónica en funcionamiento y/o tienda en línea, así como con catalogo digital de sus productos y servicios.

5. *Perfil de los consultores que realizarán el desarrollo de la estrategia de e-commerce y marketing digital de las empresas beneficiadas*



Este paso es decisivo para garantizar el correcto funcionamiento del Modelo, ya que el consultor ayudará a la empresa beneficiada a crear su estrategia integral de e-Commerce y Marketing Digital, por lo que deberá ser especialista en generación de negocios online, con las siguientes características:

- Experiencia mínima de tres años en el desarrollo de estrategias integrales de eCommerce y Marketing Digital.
- Experiencia mínima de tres años en asesoramiento a PyMEs en generación y posicionamiento de tiendas en línea y formulación de estrategias digitales para acceso a mercados internacionales.
- Contar con casos de éxito logrados a través del uso efectivo de la investigación etnográfica, los medios electrónicos, el branding, la programación, la mercadotecnia y la comunicación; ya que desarrollará estrategias de Comercio Transfronterizo hechas a la medida de cada PyME mexicana, basadas en la correcta segmentación de target y en campañas de branding que aumenten sus ventas y la confianza de los consumidores sobre su marca y productos.

6. *Servicios que deberá de entregar el Consultor como resultados de su asesoría.*

1. Estudio de la situación actual de la empresa, análisis del mercado meta y benchmarking de la competencia a través de los medios digitales.

Este punto es importante para conocer qué tipo de estrategia de e-Commerce y Marketing Digital es la más idónea para la empresa, es sumamente necesaria la realización de una fase de investigación, para ello, se propone realizar un análisis del mercado meta, así como un benchmarking de la competencia enfocado únicamente en analizar el tipo de comunicación (gráfica y mensaje) en medios digitales para saber qué los hace diferente y cuál es su oferta de valor.

Se investigará principalmente a la competencia directa a nivel nacional e internacional, para obtener detalles de comunicación (online y offline), oferta disponible, canales de venta, diferenciadores y beneficios, entre otros aspectos que se consideren relevantes para la investigación.

2. Definición de la estrategia de comercio electrónico y mercadotecnia digital.

Partiendo del análisis anterior, se definirá la estrategia integral de e-Commerce y Marketing Digital para promover los productos o servicios de la PyME en otros mercados a través de

una tienda en línea, dando uniformidad a los mensajes que serán generados para la marca, para crear un nexo hacia el cliente actual y/o alcanzar nuevos clientes interesados. Posteriormente, se generará un plan de comunicación para la promoción en redes sociales.

3. Desarrollo o Configuración de una tienda en línea, con medios de pago y logística para la exportación. (español e inglés).

Dependiendo de la estrategia integral seleccionada por el consultor (de acuerdo a la situación actual de la empresa, análisis del mercado meta y benchmarking de la competencia), se desarrollará o configurará una tienda en línea de acuerdo con las tendencias gráficas actuales; ésta será intuitiva, orgánica y de fácil navegación además de responsiva, lo que significa que podrá ser visualizada correctamente desde cualquier dispositivo, ya sea de escritorio o móvil.

El diseño y desarrollo generalmente se trabaja en dos etapas:

A. Revisión de Contenidos, Diseño de Interfaz Gráfica y Funcionalidad de la Tienda en línea

- Revisión de estilo del contenido brindado por el cliente; tono de comunicación y redacción de los textos complementarios en tono publicitario (call to action), que sean necesarios.
- Desarrollo de Concepto Gráfico para interfaz y navegación, de acuerdo con el estilo visual.
- Propuesta de transiciones simples y navegación (usabilidad).
- Selección de contenidos visuales para web (imágenes de stock o imágenes propias que el cliente brinde).
- Selección de medios de pago y logística para la exportación.

B. Desarrollo tecnológico web

Una vez completada la fase de contenidos y diseño, comienza el desarrollo y programación web.

4. Reporte de resultados (Métricas) con los logros y estadísticas de la implementación de la estrategia de comercio electrónico y mercadotecnia digital.

Reporte de resultados, con logros alcanzados (estadísticas), principalmente reportar ventas transfronterizas realizadas gracias a la Estrategia Integral de E-Commerce y Marketing Digital (Cross-Border eCommerce).

Mayor información, establecer contacto con el coordinador del Modelo México Exporta EnUnClick. samuel.lara@promexico.gob.mx