



Autor: Cristina Gudiña Gil
Tutor: Pedro Suárez Ramírez



Introducción

En los últimos tiempos el e-commerce se ha postulado como una de las vías principales para la relación empresa-cliente. Existe un importante proceso para lograr la puesta en marcha de un negocio online exitoso. ¿Cómo se consigue este cometido?

Objetivo: mostrar los pasos previos necesarios para el éxito, mediante un caso real: **Scrapbooking Shop**.

Metodología

- 1) Análisis de la situación actual: competencia, público objetivo, mercado, D.A.F.O.
- 2) Adquisición de un *hosting* y un dominio: <https://scrapbookingshop.es>.
- 3) Desarrollo de la tienda online: Wordpress.
- 4) Desarrollo y aplicación de un plan de e-commerce efectivo (Campañas SEO, SEM, *Social Media*, Mail-Marketing) + Plan de acción y control.

Resultados

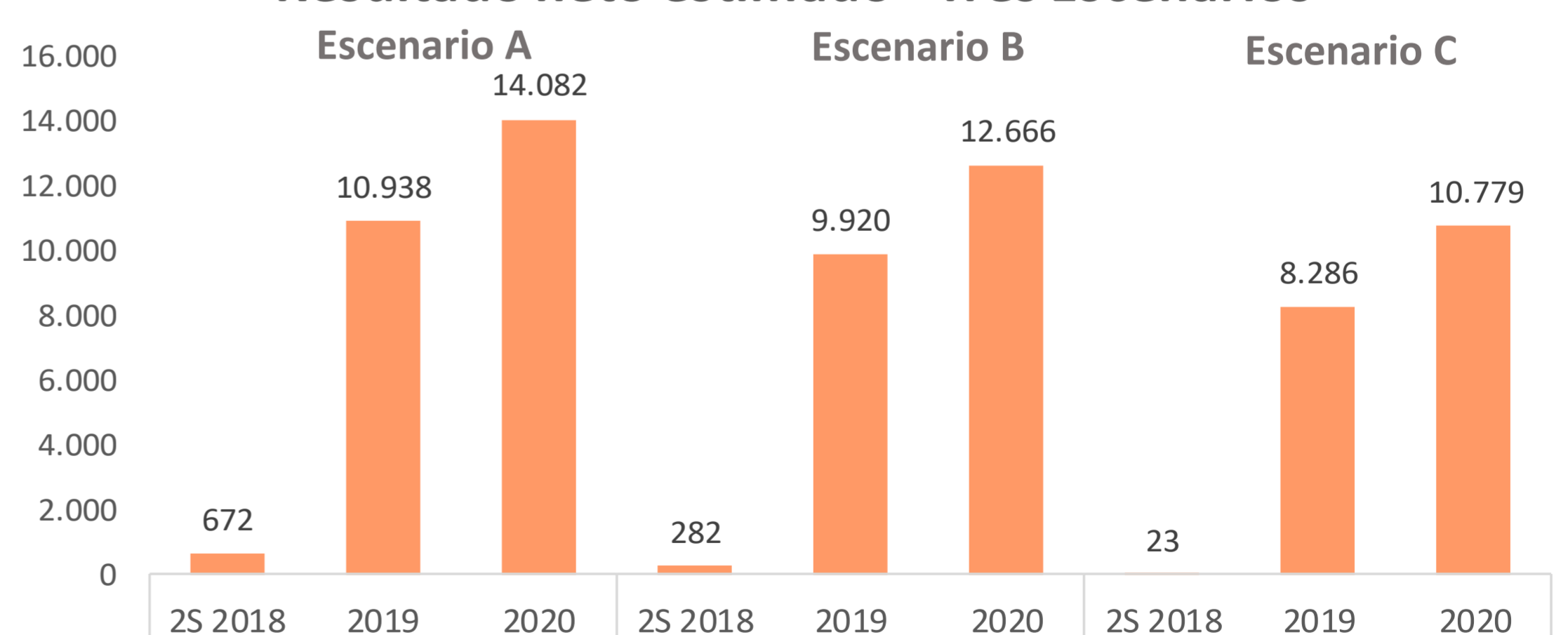
Un correcto desarrollo del plan de e-commerce, basado en:

- 1) Un posicionamiento SEO óptimo (*Keyword Long Tail*): Aparición de una entrada de blog en primera posición entre 6,07M. de búsquedas, utilizando Google Search Console y Yoast SEO para Wordpress.
- 2) Una eficiente campaña SEM y de Mail-marketing. Uso de los mejores programas: Google Adwords y Mailchimp.
- 3) Redes Sociales continuamente actualizadas y que redireccionan a la tienda online (campaña siempre intensiva).



- Baja competencia y buenas oportunidades de mercado.
- Trabajo continuado en SEO y SEM para lograr las primeras posiciones (actualizaciones continuas). El blog de la tienda, pilar fundamental para el SEO.
- Establecimiento de un calendario en el que se combinen las distintas campañas de marketing digital.

Resultado neto estimado - Tres Escenarios



Conclusiones

Tres pilares fundamentales estrechamente ligados entre sí para lograr el éxito:

- Barreras de entrada definidas: baja competencia, diferenciación y valor añadido, mercado con perspectivas estables y público objetivo específico.
- Importancia de la calidad del *hosting*, de un diseño *responsive* y usable, buena velocidad de carga y que todos los elementos del plan de e-commerce estén conectados entre sí.
- Plan de e-commerce eficiente y con perspectivas de futuro positivas a analizar mediante un plan de acción y control continuados.