

Venta por Internet

Talleres País Digital



Jefatura de
Gabinete de Ministros
Argentina

Secretaría de
Innovación Pública

Venta por Internet

INTRODUCCIÓN

Cada vez más, las tecnologías forman parte de los distintos aspectos de nuestra vida cotidiana, desde el modo en que nos comunicamos y transportamos, hasta cómo trabajamos. Inevitablemente, la manera en que se comercializan los productos y servicios también se ve afectada por estos nuevos modos de relacionarnos, que se profundizaron aún más con la pandemia, donde se vieron modificados los hábitos de consumo.

Por eso, a la hora de encarar un emprendimiento es fundamental estar familiarizados con los recursos que nos ofrecen las nuevas tecnologías, para poder aprovechar al máximo sus posibilidades de alcance e interacción.

Durante esta capacitación vamos a ver el modo para que su marca llegue a más personas a través de internet y redes sociales. Cada una tiene sus particularidades, por eso es importante tomarse un tiempo para analizarlas por separado, para poder entender los beneficios que tiene cada una y así sacarles el máximo provecho. Sin embargo, también hay cuestiones generales que debemos pensar y planear antes de largarnos al mundo virtual.

2

COMERCIO CARA A CARA VS. COMERCIO ONLINE



Pensemos que cuando ofrecemos productos y servicios en Internet, no tenemos la posibilidad de conocer en persona a quien está del otro lado de la pantalla. Por otro lado, mientras que en el comercio “en persona” tenemos la posibilidad de ver y tocar los objetos, en Internet debemos reemplazar todas estas sensaciones a partir de las imágenes que vemos y los textos que leemos. Todos estos datos, que forman la “imagen” que tenemos de una persona o un objeto cuando vamos a comprar a un negocio o mercado, se vuelven virtuales. Nuestro desafío, entonces, es poder construir esa imagen a partir de los recursos que nos ofrece Internet.

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE VENDER POR INTERNET?

Las tecnologías forman parte de nuestro día a día y, debido al contexto de pandemia, muchos emprendedores y emprendedoras se reinventaron y encontraron en el mundo digital un enorme potencial para la expansión y el crecimiento de su marca.

A raíz de esto, cambiaron los patrones de comportamiento de las personas consumidoras, que se inclinaron más por las compras online e incrementaron el uso de las herramientas digitales, aplicaciones y redes sociales.

En este sentido, es necesario que, como emprendedor/a, fortalezcas los canales digitales de tu marca y generes confianza con los consumidores y consumidoras creando contenido de calidad.

Es momento de pensar en tu producto, cómo lo consumen tus clientes y clientas y cómo puedes adaptarte a la nueva realidad de consumo en tu rubro.

3

ANTES DE LA DIFUSIÓN: ¿CUÁL ES NUESTRA IDENTIDAD DE MARCA?

1. Identificar y conocer al potencial cliente

Lo primero que tenemos que pensar es: ¿a qué tipo de personas le puede interesar lo que tenemos para ofrecer? ¿podemos imaginar alguna característica común? ¿cuáles serán sus intereses y cómo será su acceso a las tecnologías y a las redes sociales? Si bien, no todos los que efectivamente comprenden nuestros productos serán iguales entre sí, imaginar a un comprador "modelo" nos puede ayudar a pensar cuál es la mejor manera de mostrar nuestra marca, y así tener mayor criterio para elegir el tono con el que vamos a expresarnos, y el tipo de imágenes que vamos a producir.

¿Qué es una marca?

Una marca es mucho más que un producto, porque trae consigo un montón de imágenes y representaciones en la mente del consumidor. Es aquello que identifica a lo que se ofrece en el mercado y lo diferencia de sus competidores.

¿Cómo crear el nombre y logo de la marca?

1. Elegir el nombre

En el caso de que todavía no tengamos un nombre para nuestro emprendimiento, un buen ejercicio es pensar palabras claves relacionadas al área en la que nos desarrollamos. Es recomendable usar palabras simples, fáciles de pronunciar y recordar, que suenen bien en voz alta y, en lo posible, que tengan algún significado. Chequeá en Google que el nombre no esté siendo usado por otra marca.



2. Crear un logo

Una vez que hayamos elegido un nombre, viene un paso fundamental para la difusión de nuestro emprendimiento: el diseño de un logo. El logo es la pieza de diseño gráfico que identifica a una marca y por esta razón es muy importante que tenga que ver con lo que queremos transmitir y con el tipo de público en el que buscamos despertar interés e identificación.

4

3. Crear un logo

Nuestro nombre debe tener una imagen visual, es decir, debemos tener un logo. Un logo puede ser una palabra (logotipo), una imagen (isotipo) o el texto más una imagen (isologotipo).

Si utilizamos una imagen, puede ser abstracta o figurativa. Debemos prestar mucha atención a las sensaciones que puede despertar en el público receptor. Elegir la tipografía (letra) que identificará nuestro nombre y el color o colores que nos representen. Cada elemento debe ir acorde a la imagen que queremos dar y a qué público va dirigido.

Podemos contratar una persona profesional para que realice nuestra imagen visual, o bien, internet ofrece herramientas gratis y fáciles para crear logos y otras piezas de diseño gráfico.

Una buena opción es usar Canva, que es una plataforma online gratuita muy recomendable para aquellas personas que no cuentan con conocimientos de diseño y quieren realizar sus propias piezas gráficas.

Ingresa a www.canva.com.ar y regístrate con Facebook o con un correo electrónico.



CONTENIDO PARA PUBLICACIONES



5

INTRODUCCIÓN

Es importante tener en cuenta en qué contexto vamos a publicar y con qué fin. Pero también debemos ser ordenados y cuidar nuestra imagen. ¿Qué queremos comunicar y a quién? ¿De qué modo nos dirigimos?

Para publicar nuestros productos de manera eficaz, debemos analizar el medio y qué tipo de información queremos publicar. Por ejemplo, si tenemos una tienda en línea, los productos deben tener una descripción clara. No es lo mismo un posteo en Facebook, que publicar un producto en la tienda en línea.

CONTENIDO PARA PUBLICACIONES

1. Deconstruyendo estereotipos

Es importante, que al momento de realizar publicaciones tengamos en cuenta que las mismas, son una herramienta de publicidad para que un producto o un servicio pueda llegar a todo el público, sin excepciones. La diversidad en el material gráfico se refiere al uso de modelos sin importar la raza, edad, creencias o preferencias sexuales.



Uno de los grandes desafíos en las redes sociales es poder captar la atención de los seguidores y seguidoras, para alcanzar un mayor número de interacciones. En ese sentido, es clave generar un contenido atractivo y diverso, que llame la atención y sobresalte entre tanta información. Por eso, no publiques sólo fotos de tus productos, intentá lograr una mezcla equilibrada entre productos, frases inspiradoras, referencias y hasta escenas cotidianas de tu marca.

5. Elegir el vocabulario apropiado



Además, es fundamental definir la manera en la que nos vamos a expresar verbalmente. Tenemos que pensar cómo lograr que los posibles consumidores y consumidoras se sientan interpelados e identificados con nuestro mensaje. ¿Podés imaginar su manera de hablar y sus intereses? Por ejemplo, si buscamos identificarnos con un público joven, podemos usar un vocabulario más bien informal y distendido. En cambio, si queremos captar la atención de una población adulta, tendremos que expresarnos con un tono que transmita mayor seriedad y experiencia.

Algunas sugerencias para cuando escribas en redes:

- Es importante no usar términos desubicados o que puedan herir a nuestros seguidores y seguidoras. Aunqueelijamos usar un vocabulario informal, tenemos que hacerlo desde un lugar de respeto.
- Es aconsejable redactar textos más bien cortos, que puedan ser leídos ágilmente.
- Estar atentos a los errores gramaticales o de ortografía. Utilicemos el corrector y siempre hagamos una segunda lectura de lo que escribimos antes de publicarlo.
- A la hora de escribir, debemos ser claros en nuestra manera de expresarnos y en la información que brindamos, especialmente cuando se trata de productos o sorteos: colores, talles, precios, condiciones.

6. Uso de *#hashtags*



¡No uses más de 2 o 3 por publicación!

8

Muchas redes sociales incorporaron la utilización de *#hashtags*, que son “etiquetas” con palabras claves que agrupan conversaciones. Si alguien busca información sobre un tema y en un posteo tuyo utilizaste un hashtag referido a ese tema, el usuario va a encontrar tu contenido, aunque no te siga en redes.

Podés utilizar etiquetas de conceptos generales, por ejemplo, *#moda*, *#Regalos Originales*, o usar hashtags inventados por vos, para que tus seguidores y seguidoras te identifiquen o respondan a consignas (Ej. “DesafíoPepsi”). Si bien la aplicación permite usar hasta 30 hashtags por cada foto, es conveniente usar como máximo 2 o 3, siempre después de la descripción.

Cada *#hashtag* va precedido por el signo numeral (#), y puede estar formado por una o más palabras seguidas. Pero como la plataforma no permite agregar espacios entre las palabras, se recomienda emplear mayúsculas para facilitar la legibilidad. Por ejemplo, en lugar de escribir *#Temporadaverano2018*, podemos poner *#TemporadaVerano2021*.

7. Producción de fotografías y videos

Fotografiá tus productos

Las fotos en la virtualidad tienen un lugar muy importante, porque son el primer acercamiento que tienen nuestros posibles consumidores y consumidoras con el producto. Por eso, tenemos que esforzarnos en generar imágenes claras y atractivas, que den ganas de comprar lo que estamos ofreciendo. Las fotos pueden ser simples, utilizando los recursos que tenemos a mano. Lo importante es estar atentos a que se comprenda el mensaje, y que la información que se presente sea la justa y necesaria.

Siempre suma si lo encaramos desde un lugar creativo, variando el tipo de imágenes que subimos para así atraer la atención de los usuarios. Un mismo producto podemos fotografiarlo como único elemento sobre un fondo, utilizado en contexto, o con una persona modelo que lo muestre.



Único Elemento



En contexto



Con usuario/o



Detalles/Zoom

Animate a los videos

El video es una herramienta visual efectiva para dar a conocer los beneficios de tus productos y servicios. A partir de ellos podés generar un vínculo emocional con tus seguidores y seguidoras.

Asegúrate de contar con una cámara o celular y un trípode o un elemento de apoyo para evitar que la imagen salga movida.

Podés mostrar el proceso del producto, eso te hará interactuar con tu audiencia.



9

Tik tok

En el último tiempo comenzó a crecer su influencia y hoy se posiciona como la app favorita de los y las adolescentes, hace menos de un año ya contabilizaba 500 millones de usuarios activos al mes.

La aplicación musical consiste en compartir videos cantando o haciendo playback y moviéndose al ritmo de canciones, sin superar los 15 segundos de duración.

En cada video está la opción de poner me gusta, dejar un comentario o guardar la canción que está sonando en ese clip.

Se puede compartir el contenido a través de diferentes aplicaciones (mensaje, Instagram, WhatsApp, Snapchat o Facebook).

REDES SOCIALES



10

Las redes sociales ya eran importantes para la estrategia de marketing de las marcas antes de la pandemia. Sin embargo, a raíz de la crisis sanitaria, solo crecieron en relevancia. Para las Pequeñas y Medianas Empresas (PyMEs), han sido el mejor aliado de supervivencia y repunte económico.

Hoy los consumidores y consumidoras esperan una atención fluida, empática y resolutive a través de las redes sociales. Es una herramienta muy común y que, aunque hoy es utilizada por las empresas como un activo de marketing, el público las ve como un punto adicional de contacto. En este sentido, *las empresas deben considerarlas como canales de atención, con personal calificado y con plataformas que permitan gestionar casos de atención.*

FACEBOOK

¿Qué es Facebook?



Facebook es una red social gratuita, que sirve para conectar a las personas en Internet. Nos permite tener nuestro propio Perfil Personal, así como Fan Pages para difundir nuestros emprendimientos.

Ventajas de Facebook para comercializar servicios y productos

En Argentina, Facebook es la red social más popular, con 28 millones de usuarios (más de la mitad de la población). Sin embargo, la principal ventaja de Facebook a la hora de vender nuestros productos no radica únicamente en su alcance masivo, sino especialmente en las posibilidades de interacción que permite establecer con el público. Si conseguimos generar una imagen atractiva y un buen diálogo con nuestros seguidores y seguidoras, vamos a tener muchas más posibilidades de viralización, y de esta manera lograr que más personas conozcan lo que tenemos para ofrecer.

Diferencias entre un Perfil Personal y una Fan Page

Es importante tener en claro la diferencia entre un Perfil Personal y una Fan Page. Mientras que el primero es de uso individual, no comercial; la Fan Page es una herramienta profesional administrada por uno o más usuarios y usuarias, que nos permite hacer publicidades y tener acceso a estadísticas sobre nuestra actividad en la red. Sin embargo, las Fan Pages siempre tienen que estar vinculadas a un Perfil Personal, es decir, para poder crear una Página, primero tenemos que estar presentes en Facebook con un Perfil con nuestro nombre.

11

Perfil Personal	Página (Fan Page)
Para uso personal (no comercial)	Para empresas y uso profesional
Administrada por un usuario o usuaria	Administrada por uno o más usuarios o usuarias
Agregar amigos y/o amigas (con confirmación)	Recibir "Me gusta" (no requiere confirmación)
Límite de amigos y amigas	Sin límite de seguidores y seguidoras
No permite hacer publicidades	Permite hacer publicidades
Enviar y recibir mensajes privados	Recibir y responder mensajes privados

COMUNIDAD

¿Cómo podés promocionarte en grupos?

- Buscá grupos cerrados o públicos afines a tu actividad y en tu zona de influencia.
- Usá palabras clave como "Bolsa de trabajo".
- Mirá las publicaciones del resto y adaptate. ¿Publican flyers?, ¿Imágenes?

Recomendaciones para aumentar seguidores

Los “fans” o seguidores y seguidoras son todas las personas que le pusieron “Me gusta” a tu página, y de esta manera “te siguen”: ven las publicaciones, promociones y novedades de tu marca.

Recomendaciones para aumentar el número de seguidores y seguidoras:

- Invitar a los amigos y amigas de tu Perfil Personal a que pongan “Me gusta” a la Fan Page.
- Promocionar la página a través de otros canales (Instagram, Twitter, e-mail).
- Agregar en tu sitio web, blog o firma de e-mail, un link que dirija a la Fan Page.
- Ofrecer promociones a los primeros “Me gusta”, o sorteos entre quienes compartan la página en sus muros.



12

Recomendaciones para aumentar interacciones

Si bien es importante tener un gran número de “fans”, la clave para que la página sea exitosa es que los seguidores y seguidoras interactúen con las publicaciones. Para lograr eso, es fundamental publicar contenido atractivo, que tenga posibilidad de ser compartido por las personas que te siguen.

1. Posteos visualmente llamativos

Para hacer que un posteo sea visualmente más llamativo, podés usar los distintos recursos que ofrece Facebook, como publicación de estados, hashtags, íconos, fotos, videos, etc. Las publicaciones que van acompañadas de imágenes suelen lograr mayor interacción entre los usuarios y usuarias.

2. Publicaciones relacionadas al área

Además de intentar vender tu producto, podés hacer y compartir publicaciones con novedades, consejos, noticias y tutoriales relacionados al área. Por ejemplo, si la Fan Page está dedicada a la venta de productos alimenticios, podés publicar recetas o consejos para lograr mejores resultados en la cocción.

3. Participación de los fans

También podés invitar a tus fans a participar a través de preguntas sobre sus gustos e intereses en relación a tus productos.

4. Interactuar con los fans

Es muy importante que respondas y pongas “Me gusta” a los comentarios de los fans en tus publicaciones, para demostrarles que te interesan sus opiniones.

5. Organizar sorteos

Una buena manera de sumar seguidores y seguidoras es proponiendo sorteos y promociones para quienes interactúen con tus publicaciones. Por ejemplo, podés sortear el producto de una foto entre todos los “fans” que le pongan “Me gusta” a esa imagen o podés pedirle a tus seguidores y seguidoras que publiquen una foto en su perfil personal con alguno de tus productos, utilizando un hashtag específico, para que puedas hacer el seguimiento de las fotos publicadas y elegir al ganador.

13

INSTAGRAM

¿Qué es Instagram?



Instagram es una red social gratuita que sirve para subir fotos y videos, a las que se les pueden aplicar diversos efectos como filtros, marcos y stickers.

Instagram nos da la posibilidad de seguir las cuentas de otras personas para ver sus fotos e interactuar con ellas marcando “Me Gusta” o haciendo comentarios.

También se pueden enviar mensajes directos privados y subir “historias”: imágenes o videos que desaparecen a las 24 horas.

14

Cómo editar un perfil y convertirlo en cuenta de empresa

Para editar tu perfil, clickeá el último símbolo de la barra de menú que se encuentra en la parte inferior de la pantalla, que te llevará a tu perfil, y una vez ahí clickeá el botón “Editar perfil”. Completá los datos, y si tenés un sitio web, agregá el link.

Para convertir tu perfil en una cuenta de empresa, primero tenés que asegurarte de que tu perfil esté configurado como público (las cuentas privadas no pueden convertirse en cuentas de empresa). Una vez chequeado, andá a tu perfil personal y cliquear el símbolo para abrir las opciones de configuración de cuenta. Una vez que se te abra el desplegable, elegí la opción “Cambiar al perfil de empresa” y seleccioná la Fan Page de Facebook de tu emprendimiento, para que queden vinculadas (es requisito tener una página de Facebook). Luego, solo queda completar la información de contacto de tu empresa y seleccionar “Listo”.

Recomendaciones para sumar interacciones

1. Usar #hashtags. Pueden ser “slogans” inventados por vos o palabras clave sobre el tema de tu publicación o el rubro de tu marca. También podés sumarte a fechas especiales.

2. Participación de los fans. Invitá a tus seguidores y seguidoras a participar a través de preguntas sobre sus gustos e intereses.

3. Contenido atractivo y variado. Al igual que para Facebook, es muy importante generar un contenido atractivo y variado, para que los seguidores y seguidoras tengan ganas de interactuar con nuestras publicaciones. Entrá a distintos perfiles de Instagram relacionados a tu sector para inspirarte.



También podés publicar sobre eventos culturales relacionados a tu sector, que puedan ser interesantes para tu público.

4. Organizar sorteos. Una buena manera de sumar seguidores y seguidoras es proponiendo concursos y promociones para quienes interactúen con tus publicaciones.

Herramientas para elegir ganadores de sorteos

- **Comment picker.** Esta herramienta es totalmente gratuita, fácil y rápida de usar. Funciona con cualquier cantidad de comentarios. Solo debés iniciar sesión con Instagram y copiar y pegar el enlace de la publicación en su buscador. Podés hacer esto entrando a la foto del sorteo desde la PC o haciendo clic en los tres puntos de la publicación en la app de Instagram, cliqueando “Copiar Enlace” y haciendo clic en “START”.

15

- **Apps sorteos.** Esta herramienta selecciona el ganador copiando y pegando el enlace de la publicación en su buscador. Podés hacer esto entrando a la foto del sorteo desde la PC. Plan gratis hasta 1000 comentarios, es ilimitado elegir ganador, no requiere registrarse y permite elegir términos de participación: excluir duplicados, quienes etiquetaron a ciertos usuarios en los comentarios, filtrar por hashtags y filtrar a quienes mencionaron a un usuario o usuaria específica.

- **Sortea2.** Esta herramienta tiene una opción gratuita y otra versión paga, para sorteos más potentes y de mayor condicionantes. En la versión gratis, deberás ser tú el que descargue el listado de los seguidores y seguidoras que han participado en el sorteo y cumplen las normas que has establecido, para después pegar esa lista en la web de la herramienta.

Hay dos tipos de sorteo gratuito que puedes hacer, el sorteo normal, en el que puedes añadir el número de premios que quieres dar, o el sorteo avanzado, en el que puedes activar dos opciones: que un mismo usuario o usuaria pueda participar más de una vez y, si vas a dar un premio cómo máximo. La herramienta elegirá el nombre del seguidor o seguidora de forma aleatoria entre todos los que has introducido.

5. Acciones con influencers. Las menciones de personas con muchos seguidores y seguidoras aumentan la visibilidad de tu perfil. Podés contactarlos por privado, enviar regalos, proponer sorteos.

6. Aprovechar las Historias (24h). Publicar catálogo de productos, ofertas por tiempo limitado, el día a día de la marca o fotos de “personas consumidoras felices”.

7. Publicar Reels. Podés compartir videos de 15 segundos más dinámicos y creativos para mostrar tu producto o servicios.

Los reels se pueden grabar en una serie de clips (uno a la vez), todos juntos o con videos de tu galería. Mantén presionado el botón de captura para grabar el primer clip. Verás un indicador de progreso en la parte superior de la pantalla a medida que grabes. Deja de grabar para terminar cada clip.

TIENDAS ONLINE



16

La tienda virtual es un medio para que los consumidores y consumidoras puedan acceder a los productos fabricados o distribuidos por las empresas, sean del tamaño que sean. La pandemia dejó como hábito la compra en la cercanía a través de aplicaciones con envío a domicilio.

Es esencial elegir la mejor plataforma de comercio electrónico, ya que esta hará mucho más fácil el manejo de inventarios y el procesamiento de los pagos. En este artículo, haremos una lista de las mejores plataformas de venta online disponibles hoy en día y hablaremos de lo que hay que buscar al elegir una para tu tienda.

Las más utilizadas en nuestro país son:

1. Mercado Libre



Mercado Libre es el sitio más usado en Latinoamérica para la compra y venta de productos y servicios. Podríamos pensarlo como un gran mercado virtual, al que millones de usuarios ingresan cada día para comercializar desde relojes usados hasta autos 0 km. Como el registro es gratuito, esta plataforma es ideal para mostrar los productos que tengas para ofrecer. El sitio funciona como intermediario entre la persona que vende y el consumidor o consumidora que compra. Y ambas partes no conocen los datos del otro hasta una vez pactada la venta, momento en el que reciben vía correo electrónico la información necesaria para poder efectuar la transacción.

2. Marketplace de Facebook



Facebook Marketplace

Marketplace de Facebook es una plataforma en la que puedes encontrar un listado de productos y servicios filtrados por áreas geográficas, categorías y precios. Una de sus características, también, es que no cuenta con un sistema de pago.

Este sitio te permite:

- Cantidad ilimitada de productos, organiza tus productos en colecciones y categorías.
- Comunicarte con tus clientes directamente a través de la página.
- Ver estadísticas sobre sus ventas, visitas y más.
- Vender tanto productos nuevos como usados.
- Reunir a personas que venden con consumidores y consumidoras para que puedan concretar transacciones comerciales a través de Messenger.

17

3. Tiendanube



Tiendanube es una tienda online. Integra productos, pagos y envíos con diferentes canales de ventas como Facebook, Instagram, Marketplaces y tiendas físicas.

- El registro es gratuito por 30 días, luego funciona a modo pre-pago, es decir, se abona por adelantado el tiempo que querés utilizar.
- Vas a necesitar: un email (para registrarte y recibir notificaciones), algo que vender y fotografías interesantes de lo que vendes.
- Disponibiliza varias plantillas para que se adapten a la imagen de tu marca, subiendo tu logo, cambiando colores, modificando las tipografías, entre otras cosas.
- Varias pasarelas de pago que permiten cobrar por las ventas con tarjeta de crédito, transferencia bancaria o efectivo y cuenta con convenios de envío.

4. Tienda Instagram

La función “Comprar en Instagram” es en realidad un conjunto de funciones de la aplicación que permite a las personas comprar lo que hay en las fotos y videos sin importar dónde se encuentren en la app.

- Tienda personalizable que permite a las personas comprar directamente en páginas de perfiles de empresas.
- Las etiquetas de compras permiten a las empresas destacar productos de su catálogo en las historias y el feed, de manera que las personas puedan conocer mejor esos productos.
- Muestra toda la información relevante del producto, incluido el precio, con descripciones detalladas. Las páginas de detalles del producto toman todos los medios en los que el producto está etiquetado en Instagram para que las personas puedan verlo usando de distintas maneras.
- Con estos anuncios, maximizarás el alcance de tus productos, con etiquetas que permiten dirigir a los consumidores y consumidoras a un sitio web o a la opción nativa para comprar sin salir de Instagram.

BILLETAS VIRTUALES



18

Una billetera virtual es una aplicación móvil con la que podés hacer múltiples operaciones financieras, aunque no tengas cuenta en un banco. Además, te permite hacer todo desde el celular sin salir de tu casa y sin hacer filas.

- Permiten realizar las siguientes transacciones:
- Recibir dinero desde una cuenta bancaria o desde otra billetera virtual.
- Transferir dinero en forma inmediata.
- Abonar facturas de servicios.
- Pagar compras sin tener que manipular dinero, con un código QR.
- Enviar y recibir dinero desde tu dispositivo.
- Recargar tu tarjeta de transporte público.

Las más utilizadas en argentina son:

1. Mercado Pago



Mercado Pago es la mayor plataforma de cobros online de la Argentina. La herramienta te permite cobrar por Internet a través de diferentes opciones: correo electrónico, redes sociales, sitio web, una aplicación de celular o un dispositivo que podés conectar a cualquier teléfono o tableta.

- Podés cobrar con QR, un modo de pago que permite como opción recibir tu dinero al instante.
- Tus consumidores y consumidoras te pueden pagar en cuotas sin interés y aprovechar promociones con tarjetas de crédito de distintos bancos.
- Podés utilizar tu lector Point y llevarlo a donde necesites sin costos extras de alquiler.
- Podés controlar y administrar tus cobros teniendo información clara de las ventas que realizás con tarjeta.
- Podés gestionar las ventas accediendo a tus estadísticas y configurando reportes automáticos para conciliar el dinero disponible y el dinero en cuenta de Mercado Pago. Esta información es clave para optimizar tu negocio.
- Cuando publicas un producto en Mercado Libre, lo cobrás a través de Mercado Pago de forma automática.

19

Mercado Pago cobra un porcentaje por cada pago que recibas. Por cada una de tus ventas con Cuenta Vendedor pagás una comisión fija.

En Mercado Pago podés elegir entre dos tipos de cuentas: la Cuenta Personal, que es tu cuenta por defecto y, con ella, usás tu dinero como si fuera una billetera online sin costo alguno (comprás en Mercado Libre o en cualquier tienda que acepte Mercado Pago; realizás pagos con QR, pagás servicios, recargás tu celular, etc.); y la Cuenta Vendedor.

2. Cuenta DNI Banco Provincia



Cuenta DNI se trata de una aplicación del Banco Provincia que funciona como una billetera digital gratuita y que está habilitada tanto para personas clientas del banco como para cualquier otra persona que no tiene cuenta bancaria.

Es gratis, 100% digital y la obtenés en el momento:

- Podés pagar tus impuestos, servicios y tarjetas de crédito.
- Retirar tu dinero cuando quieras.
- No necesitás tener tu tarjeta de débito.
- Enviá y recibí dinero en el momento.
- Solo necesitás el número de DNI, CBU o Alias.
- Pagá en comercios, sin tarjeta ni efectivo.
- Usá una Clave DNI para cada transacción.
- Recargá tus tarjetas de transporte y tu celular.

3. MODO



La plataforma digital MODO es un proyecto público-privado de los principales bancos del país para simplificar pagos y transferencias mediante una aplicación para el celular similar a Mercado de Pago.

20

Esta plataforma te permite:

- Enviar y recibir dinero a través del celular y facilitar compras pagando mediante códigos QR sin presentar tarjetas ni DNI.
- Enviar dinero entre cuentas bancarias a tus contactos de celular de manera simple y gratuita, sin CBU's o Alias, notificando por Whatsapp y reduciendo la necesidad de efectivo para hacer pequeños pagos entre amigos, conocidos y familiares.
- La billetera virtual que integran 33 bancos permite hacer pagos con QR en todos los comercios, con sus diferentes medios de pago.

4. BNA+, la billetera de Banco Nación



Transforma tu tarjeta de débito en una billetera y permite realizar operaciones de manera simple y segura.

Es posible registrarse solo con tu DNI.

Beneficios:

- Pagá las compras en forma directa con código QR en comercios habilitados.
- Visualizar tu estado y operaciones en todo momento.
- Transferir dinero de manera simple.
- Generar una orden para extraer dinero sin tarjeta de débito.
- Pagar tus servicios.
- Recargar tu celular y transporte al instante.
- Disponer de tus ventas o cobros de manera segura.
- Disfrutar de una nueva manera ágil de realizar operaciones.

CONSEJOS FINALES

- Tener una descripción breve de los productos y servicios que ofrecemos.
- Identificar el perfil y gustos de nuestro público objetivo.
- Elegir un nombre y una imagen que nos identifique, no es solo tener una marca.
- Conocer nuestras debilidades y fortalezas.
- La comunicación es una estrategia de venta, por eso es importante que analices de forma general y particular el cronograma de publicaciones.
- Cantidad no siempre es igual a calidad.
- Deben ser constantes en el seguimiento de las publicaciones, para tener eficacia en redes sociales y la venta por internet.
- Armemos comunidad de emprendedores y emprendedoras
- Seguirnos en las distintas redes sociales.
- Darle Me gusta a los posteos.
- Comentar los posteos con más de 4 palabras.
- Guardar los posteos.
- Recomendar a otras personas.
- Compartir sus publicaciones.

21

Para conocer más te invitamos a participar de nuestros cursos gratuitos en la Plataforma de Aprendizaje Virtual:

cursospav.gob.ar

Talleres País Digital



Jefatura de
Gabinete de Ministros
Argentina

Secretaría de
Innovación Pública