

Empresa Virtual y e-commerce

Andrés Besa J-H

E-commerce

E-business

B to B

B to C

Punto com

Andrés Besa J-H

- Grandes expectativas
- Grandes fracasos
- ¿Significa ésto que la internet no sirve?
- ¿No es verdad que la internet está cambiando el mundo?

Algunas Cifras

URL Incluidas **COPESA**

Tráfico	Nº Page views	Nº Sesiones	Nº Visitantes Unicos	Tiempo Prom. Por Sesion
	23.961.865	3.661.256	1.283.825	8,74
Videos	Tiempo Exposición	Sesiones	Visitantes	
	-	-	-	
Chat	Tiempo Permanencia	Sesiones	visitantes	
	-	-	-	

URL Incluidas **EMOL**

Tráfico	Nº Page views	Nº Sesiones	Nº Visitantes Unicos	Tiempo Prom. Por Sesion
	39.682.636	5.745.051	1.263.657	10,90
Videos	Tiempo Exposición	Sesiones	Visitantes	
	-	-	-	
Chat	Tiempo Permanencia	Sesiones	visitantes	
	2.839.189	179.359	57.600	

URL Incluidas **ENTEL**

Tráfico	Nº Page views	Nº Sesiones	Nº Visitantes Unicos	Tiempo Prom. Por Sesion
	28.953.213	4.363.384	1.115.821	9,13
Videos	Tiempo Exposición	Sesiones	Visitantes	
	300.786	39.453	29.562	
Chat	Tiempo Permanencia	Sesiones	visitantes	
	2.739.487	90.871	38.830	

Fuente: AMI (Asociación de Medios on Line)

MES JULIO 2002

¿De qué manera la pequeña y mediana empresa puede aprovechar las potencialidades del medio?

- Interacción (feedback)
- Cierre del ciclo (venta electrónica, cotización)
- Estudios y encuestas de opinión (Foros de auto publicación)
- Desarrollo de bases de datos de clientes
- Educación y Capacitación en línea
- Creación de comunidades reunidas en torno a objetivos comunes
- Manejo de CRM (Customer Relationship Management)
- Complemento del proceso de difusión de información desde los medios y mecanismos más tradicionales (bricks) a los medios electrónicos (clicks). Llevarlos a internet

- Los medios tradicionales limitan los espacios de exposición (Folletería, Catálogos, etc).
- La internet = abundancia de contenido. El límite es el ancho de banda (Videos, Sonidos, completa información, etc). No tiene obsolescencia.

La internet, intranet y extranet como herramienta de fidelización interna y externa

- Potenciar al cliente interno
- Potenciar la relación con el cliente externo
- Potenciar la relación con distribuidores, proveedores, etc.
- Entregar información privilegiada

Los Market Places

- Artikos (Banco de Chile/BCI)
- Quadrem (Codelco, Escondida)
- Merconet (Entel)
- Estar para existir.
- Sistema de cotizaciones y subastas.