

SECRETOS PARA VENDER MÁS ONLINE GUÍA GRATIS

Apoyamos tu **negocio**



Tayde Aburto
Presidente & CEO
Hispanic Chamber of
E-Commerce

Estimado emprendedor/ emprendedora:

Mi nombre es **Tayde Aburto**. Soy uno de los fundadores de la **Cámara Hispana de Comercio Electrónico** (**www.hiscec.com**). La organización fue fundada con la idea de apoyar a pequeños empresarios a utilizar el Internet como herramienta de negocios para que puedan ser más competitivos en el mercado.

Nadie comienza un negocio con la idea de fracasar. Utilizar los recursos con los que se cuentan de manera óptima tanto para la operación como la promoción del negocio es clave para alcanzar el éxito.

Soy Licenciado en Economía egresado de la Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo, localizada en Morelia, Michoacán, México; y orgullosamente Ex-A-Tec. Obtuve mi Maestría en Marketing en el Instituto Tecnológico de Monterrey en México.

A través de los años he tenido la oportunidad de servir a cientos de pequeños negocios interesados en incrementar su presencia en Internet con la última finalidad de vender más. El Internet ofrece un mar de oportunidades para todos los empresarios que desean seguir progresando con sus negocios. El emprendimiento no es algo fácil y no hay ninguna razón para tratar de salir adelante solos.

He tenido la oportunidad de ver micro-empresas convertirse en empresas multimillonarias gracias al uso de las diferentes herramientas que están disponibles a través de Internet. Espero que esta guía te sirva para comenzar a implementar tu plan de marketing en Internet y para ayudar a tu empresa a ser más competitiva.

Éxito,
Tayde Aburto



La guía **"Vende Más Online"** te va a mostrar la estructura básica que tu negocio debe tener para poder vender más en Internet. Esta guía te va a mostrar las herramientas necesarias que debes implementar para darle más visibilidad a tu negocio en Internet, te ofrecerá algunas opciones para comunicarte mejor con la audiencia que vayas construyendo y algunas herramientas para ayudarte a vender más online.

Esta guía no ofrecerá consejos que ayuden a ir a fondo en el desarrollo de la estrategia de marketing en Internet para tu negocio. Los que se queden registrados en nuestra base de datos estarán recibiendo invitaciones para participar en webinars donde abordaremos a detalle ciertas estrategias de venta y posicionamiento en Internet. También estarán recibiendo otras guías con temas relacionados al marketing en Internet.

Los puntos que se presentarán en está guía te mostrarán:



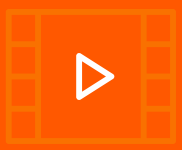
Cómo puedes ser encontrado en el mapa de **Google** y en otros mapas



Pasos para ayudarte a hacer crecer **tu negocio online.**



Consejos prácticos para tener éxito en las **redes sociales.**



Estrategias básicas de **promoción** a través de video.



Opciones para promocionar tu negocio con **anuncios pagados.**



Herramientas para medir los **avances de tu estrategia de marketing**



SECRETO#1

Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

Piensa, ¿cuántas veces has utilizado tu teléfono para encontrar un negocio?
Si tu negocio no aparece en el mapa de Google, muy probablemente

ESTAS PERDIENDO CIENTOS DE DÓLARES.

Listar el negocio en Google no tiene ningún costo, la única inversion es: tiempo.

Toma nota de lo que tienes que hacer.



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

PASO 1

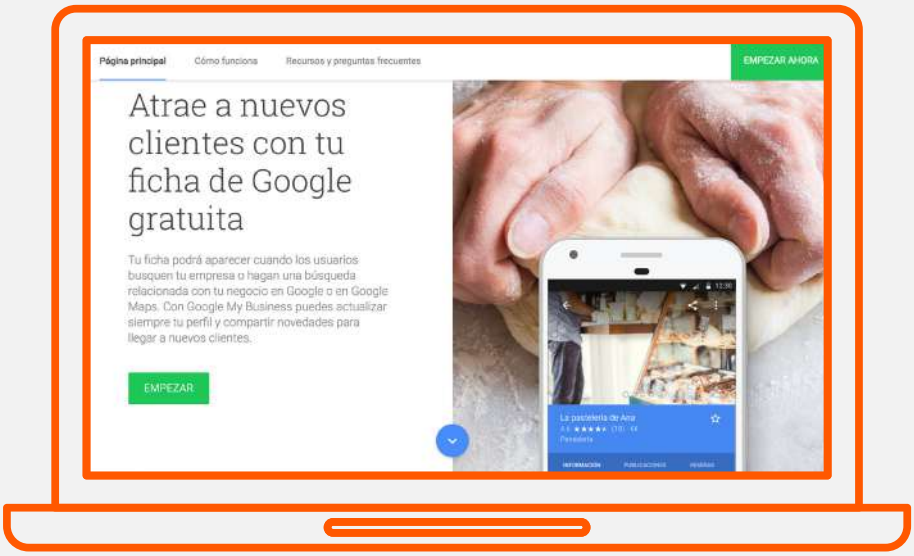
Visita

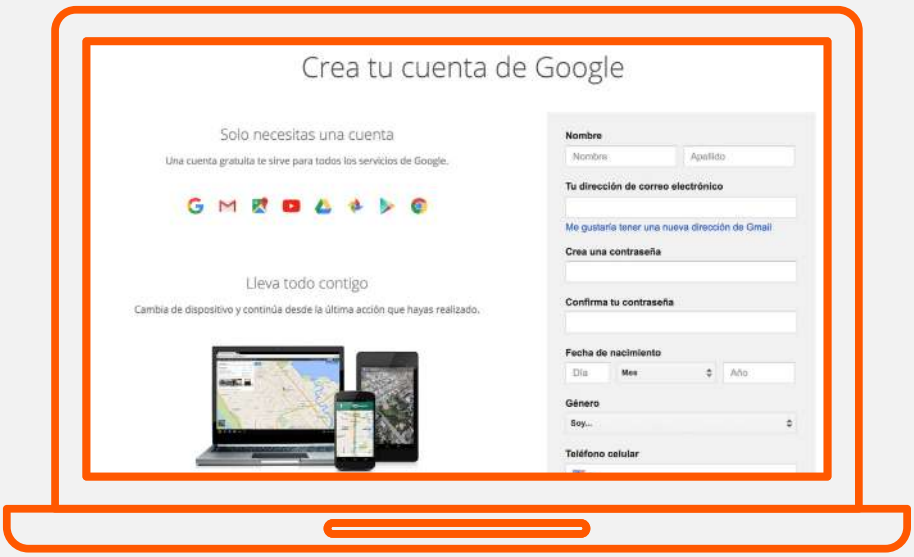
www.google.com/business/

y da click en el botón de

COMENZAR AHORA







PASO 2

Vas a necesitar una cuenta en Gmail para poder dar de alta tu negocio en el directorio de Google.
Si aún no cuentas con una, crea tu cuenta en **www.gmail.com**

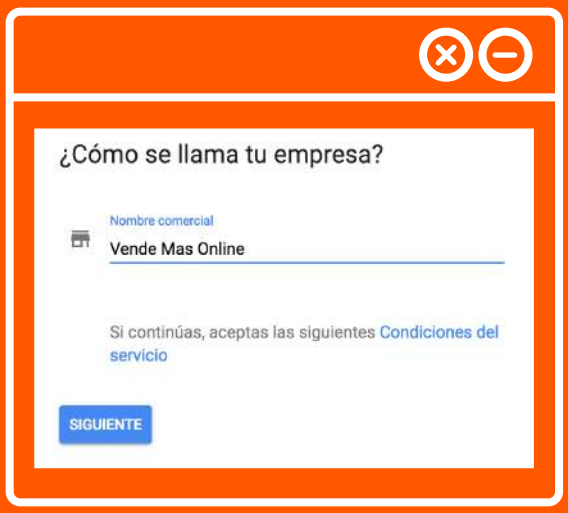
Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

PASO 3

Una vez que tienes tu cuenta en Gmail, darás clic en **"Comenzar Ahora" (Paso 1)** y lo primero que te preguntarán es el

NOMBRE DE TU EMPRESA.



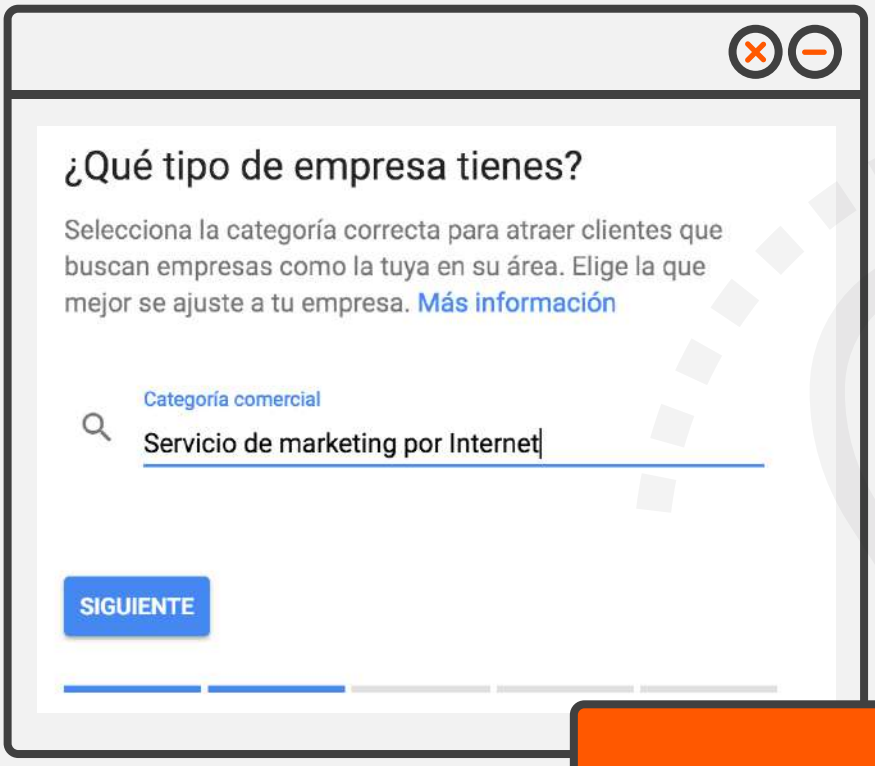
PASO 4



Proporciona la **dirección** de la empresa.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

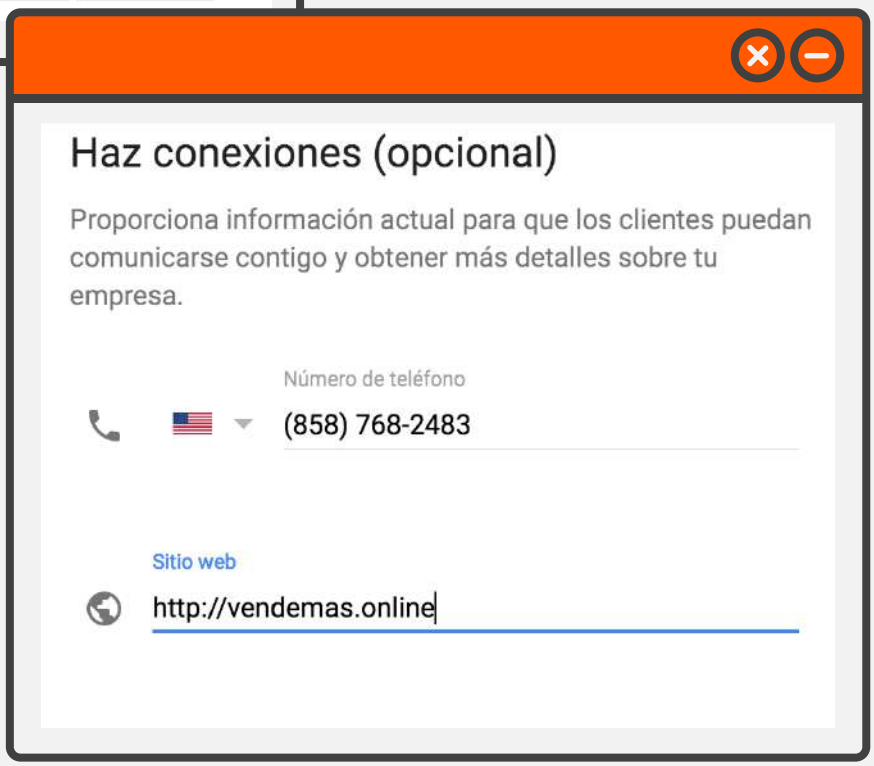
PASO 5



Escoge el tipo de empresa que tienes de la lista de opciones que te ofrecerá **Google.**

PASO 6

Proporciona el teléfono y sitio web de la empresa.

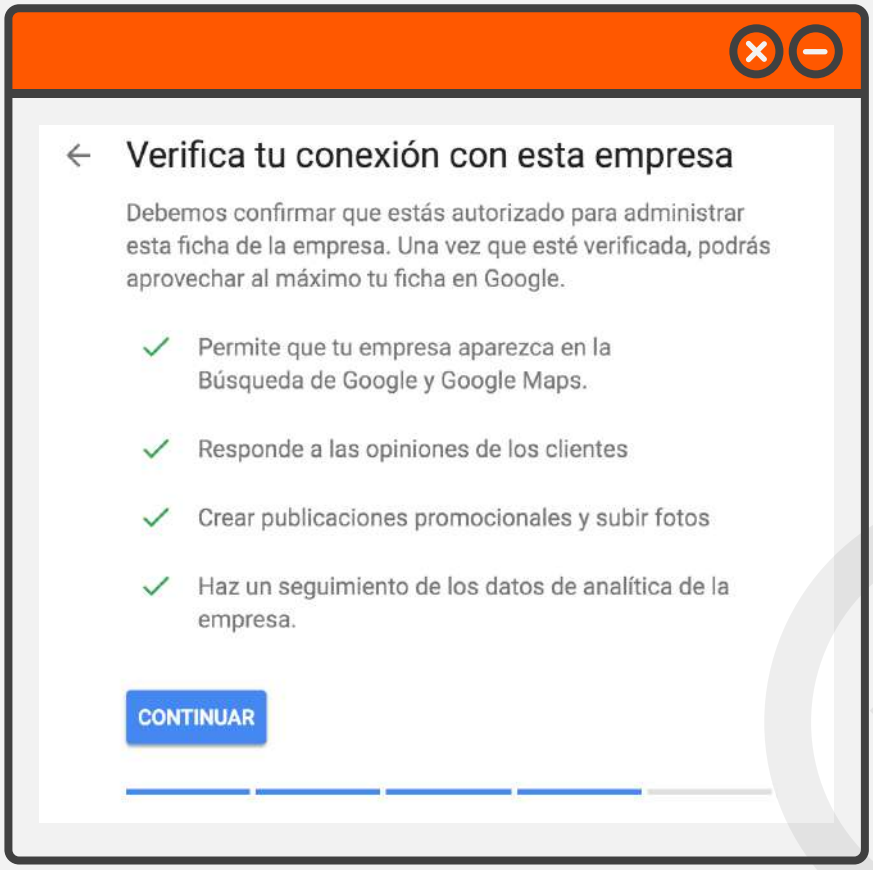


Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

PASO 7

Decide si deseas recibir noticias de **Google**.
Te recomendamos que selecciones que "Sí" ya que constantemente están haciendo actualizaciones y ofreciendo nuevos productos.





PASO 8

Elige una de las opciones para que puedas verificar tu negocio ante **Google.**

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

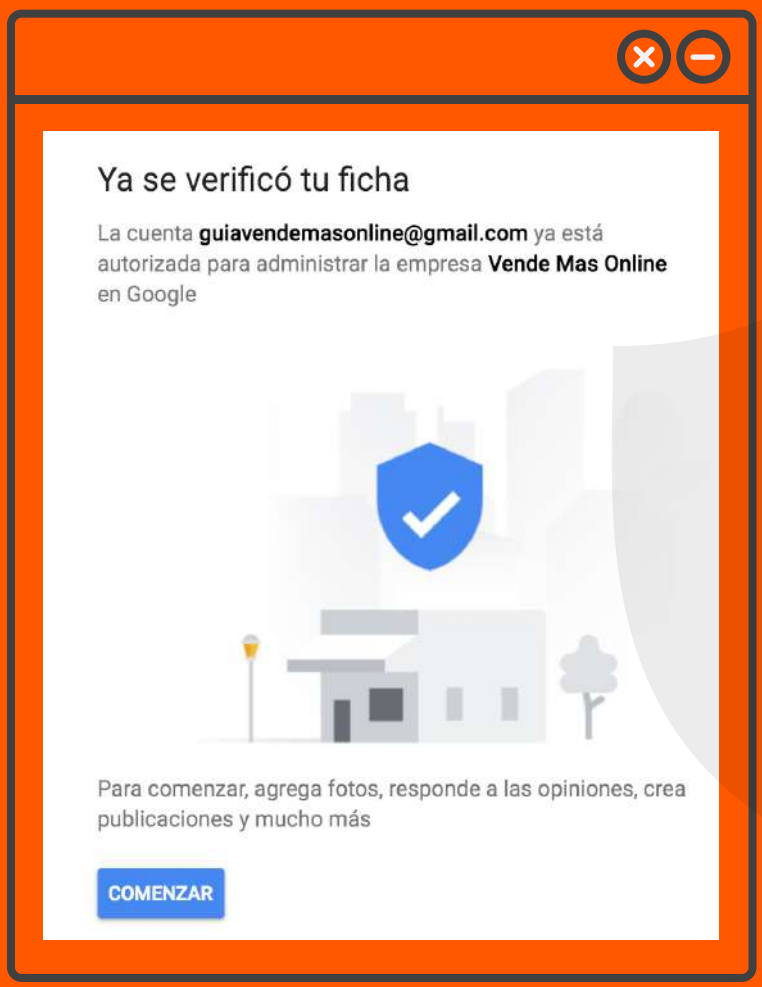
PASO 9

Ingresa el código que te proporcione Google.

123456 VERIFICAR

PASO 10

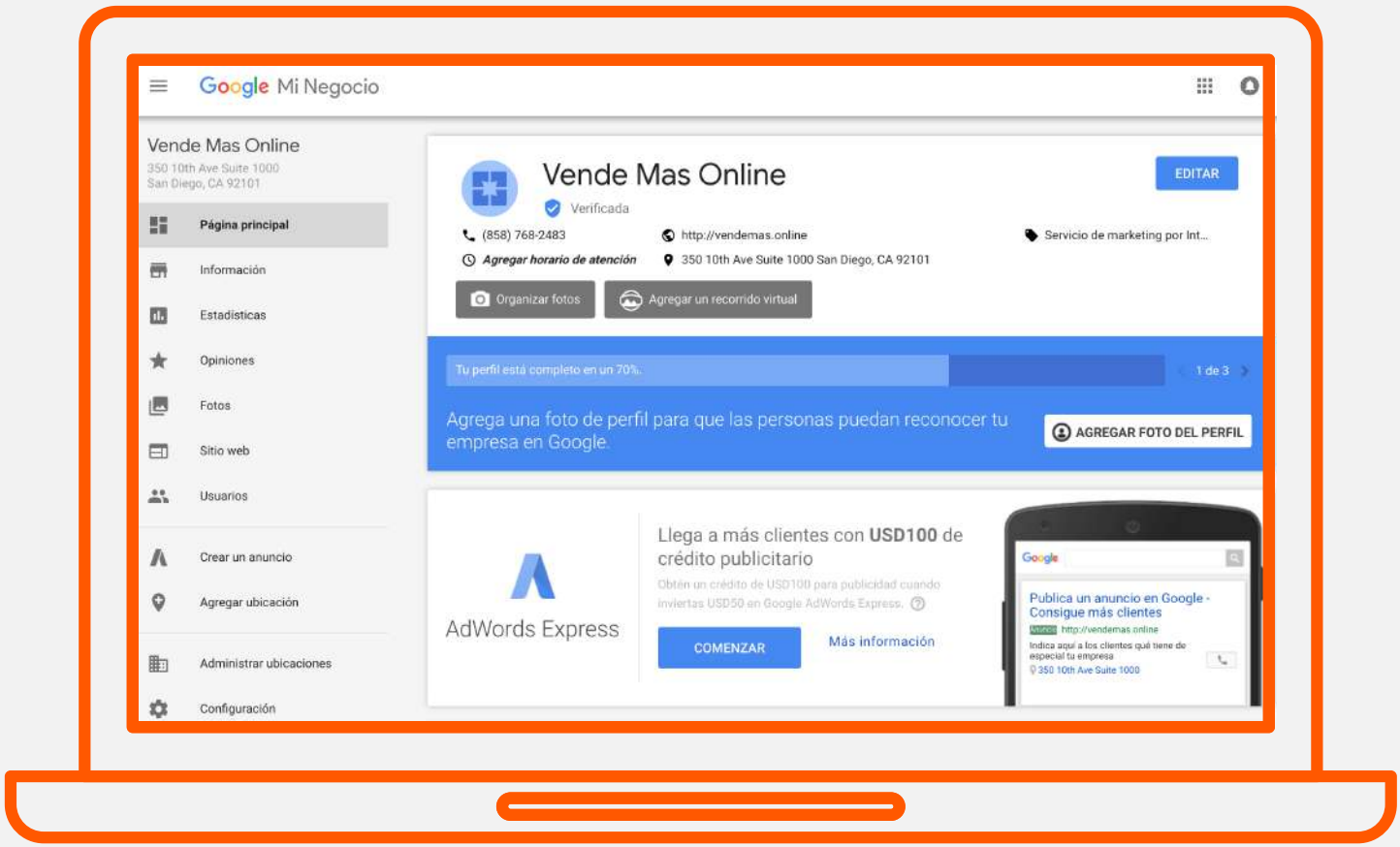
Una vez que proporciones el código, recibirás un mensaje de confirmación



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

PASO 12

Completado el proceso, tendrás acceso al administrador del listado, donde podrás hacer los cambios que desees conforme vaya siendo necesario.



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

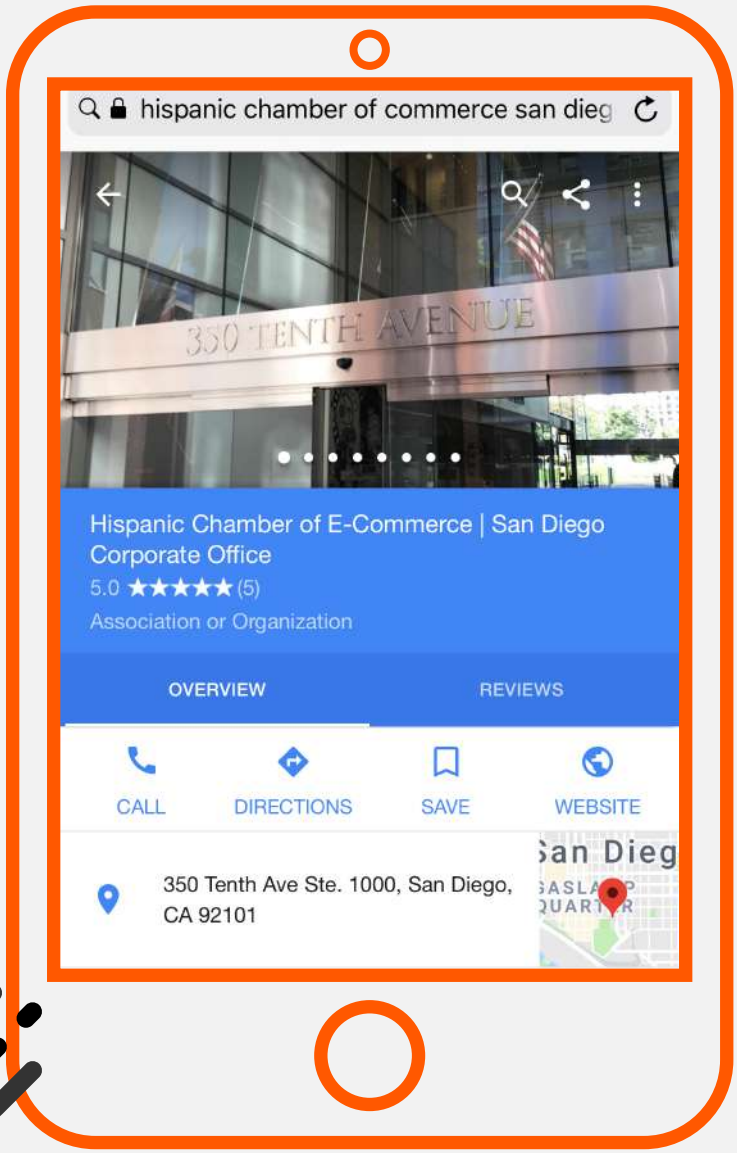
SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

Diariamente hay cientos de clientes potenciales que están buscando productos/ servicios en Internet.

Tomar control de tu listado en Google es uno de los pasos más importantes que puedes tomar. No te preocupes si aún no tienes sitio web, el listado te ayudará bastante a darle más visibilidad a tu negocio. El directorio de Google es el mejor directorio de negocios del mundo, y lo mejor de todo es que no tiene costo.

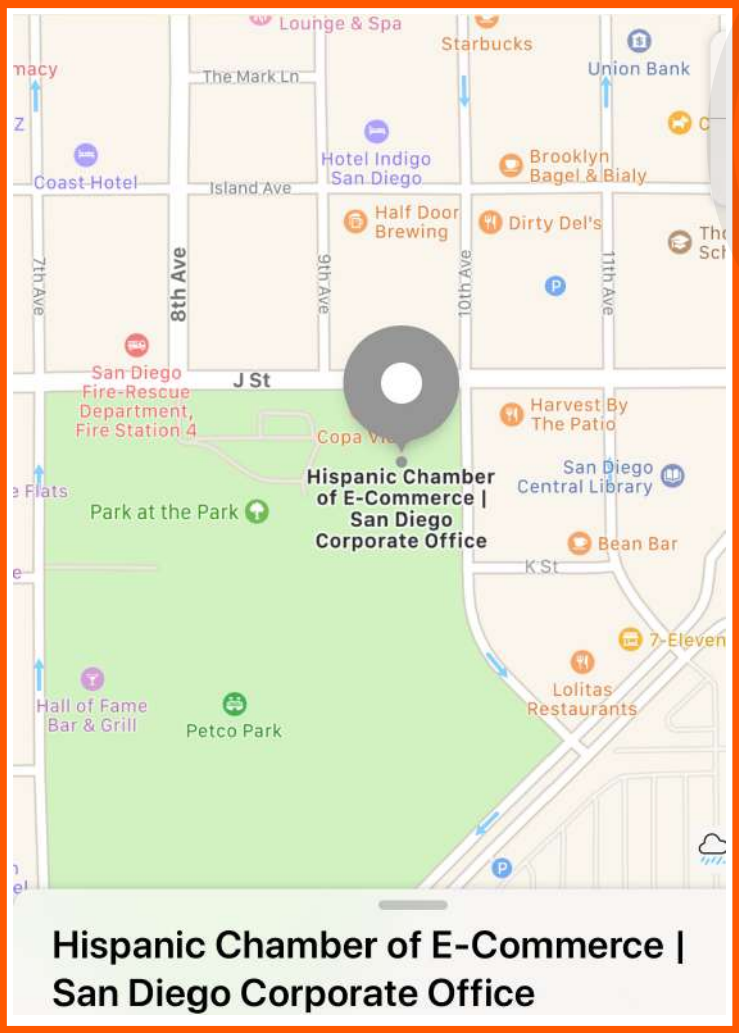
Con tu nuevo listado, tu empresa comenzará a salir en mapas en los dispositivos móviles:

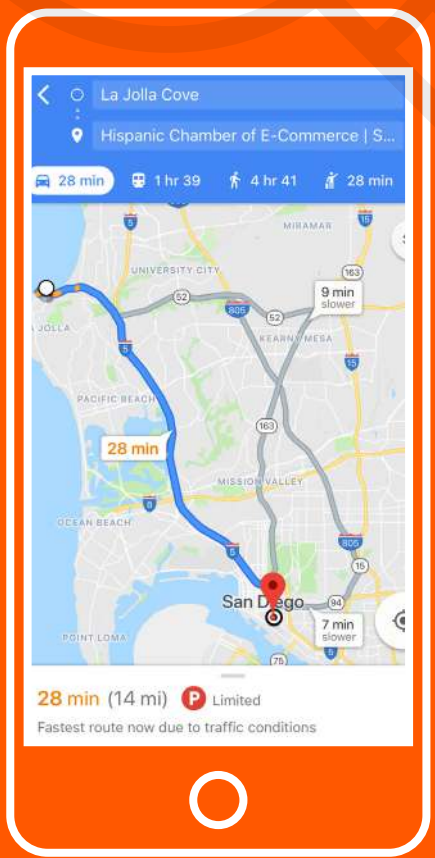




SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

Los listados en mapas ayudan a tu negocio a que clientes potenciales puedan encontrarte y contactarte fácilmente.

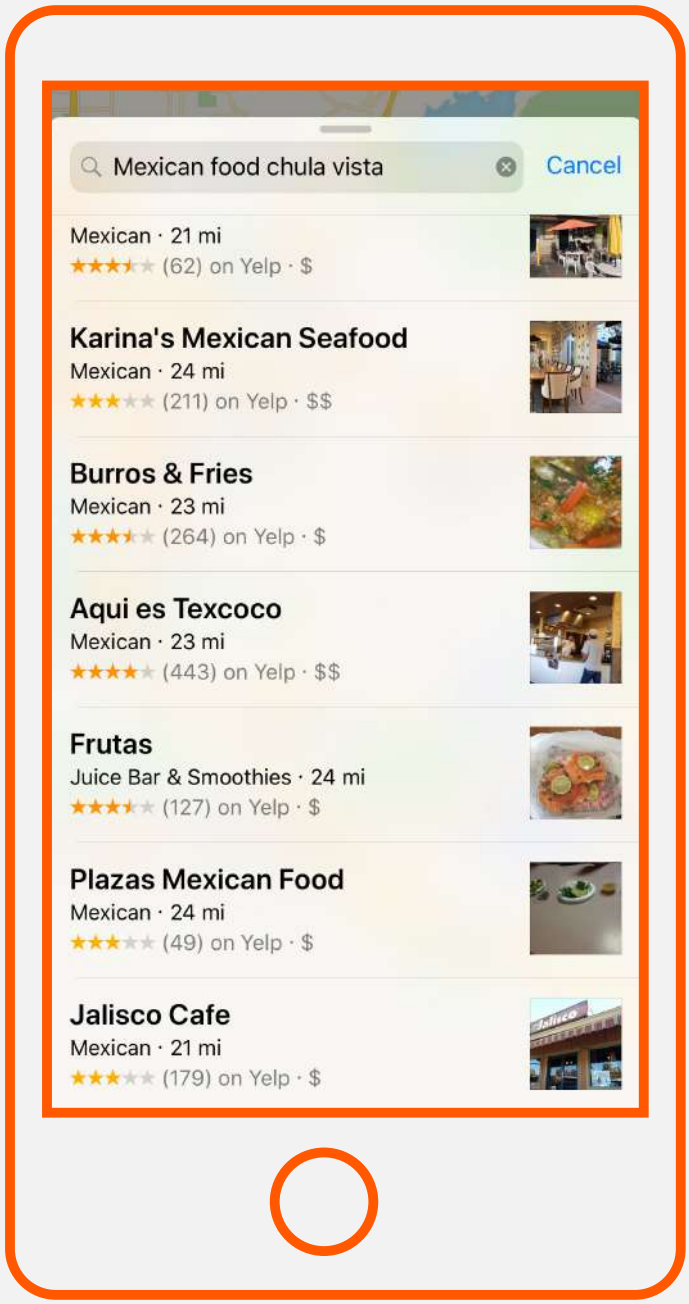




Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

En muchas ocasiones, los consumidores hacen búsquedas genéricas tratando de encontrar el negocio que pueda satisfacer sus necesidades.

Por ejemplo, alguien puede buscar **"Mexican Food Chula Vista"** en el mapa del teléfono y la aplicación les dará opciones:



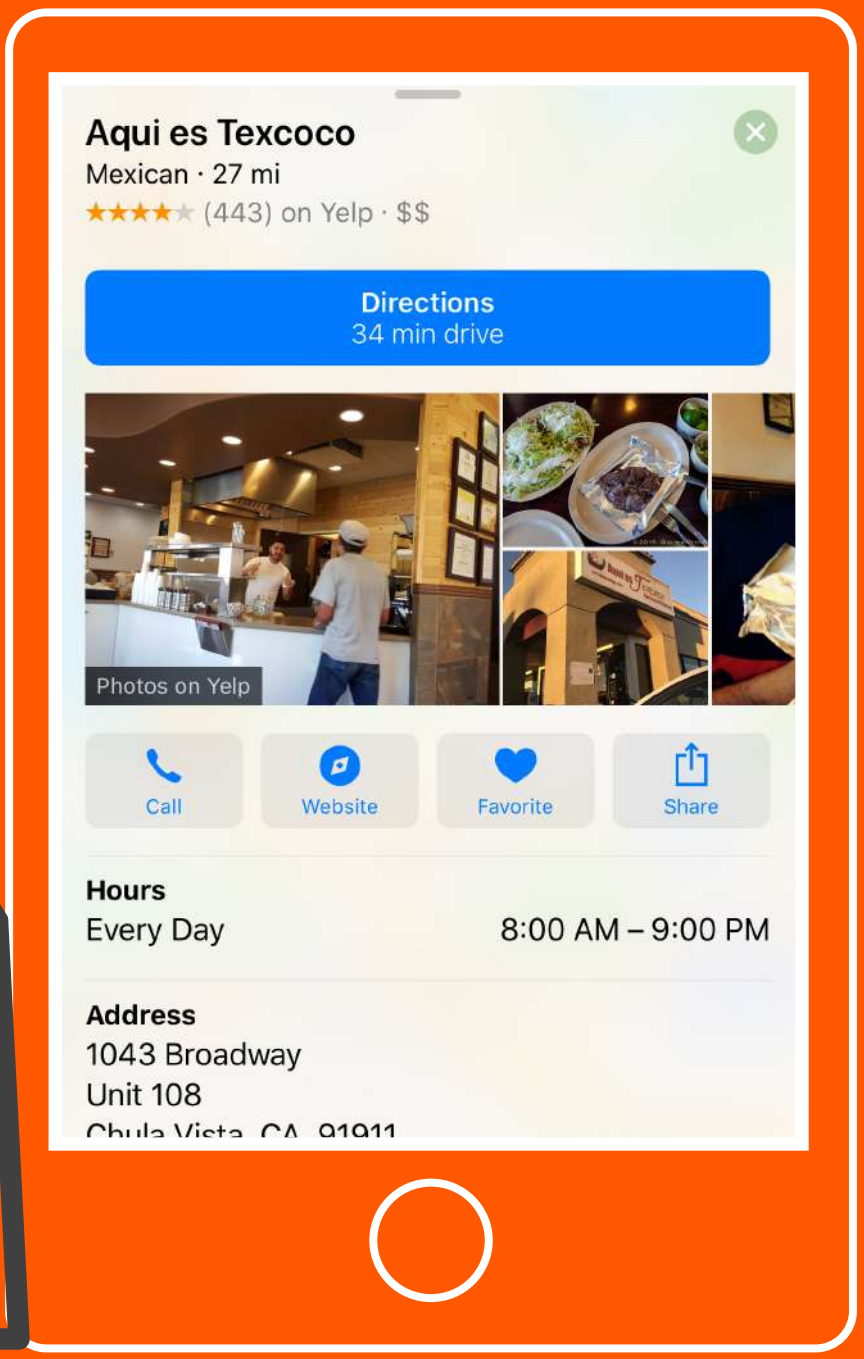
Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

A partir de las opciones, el cliente potencial selecciona una de las opciones y ese negocio tendrá la oportunidad de servir a un nuevo cliente.

Tan sólo con tener la información correcta en los mapas, tu negocio puede vender más online.



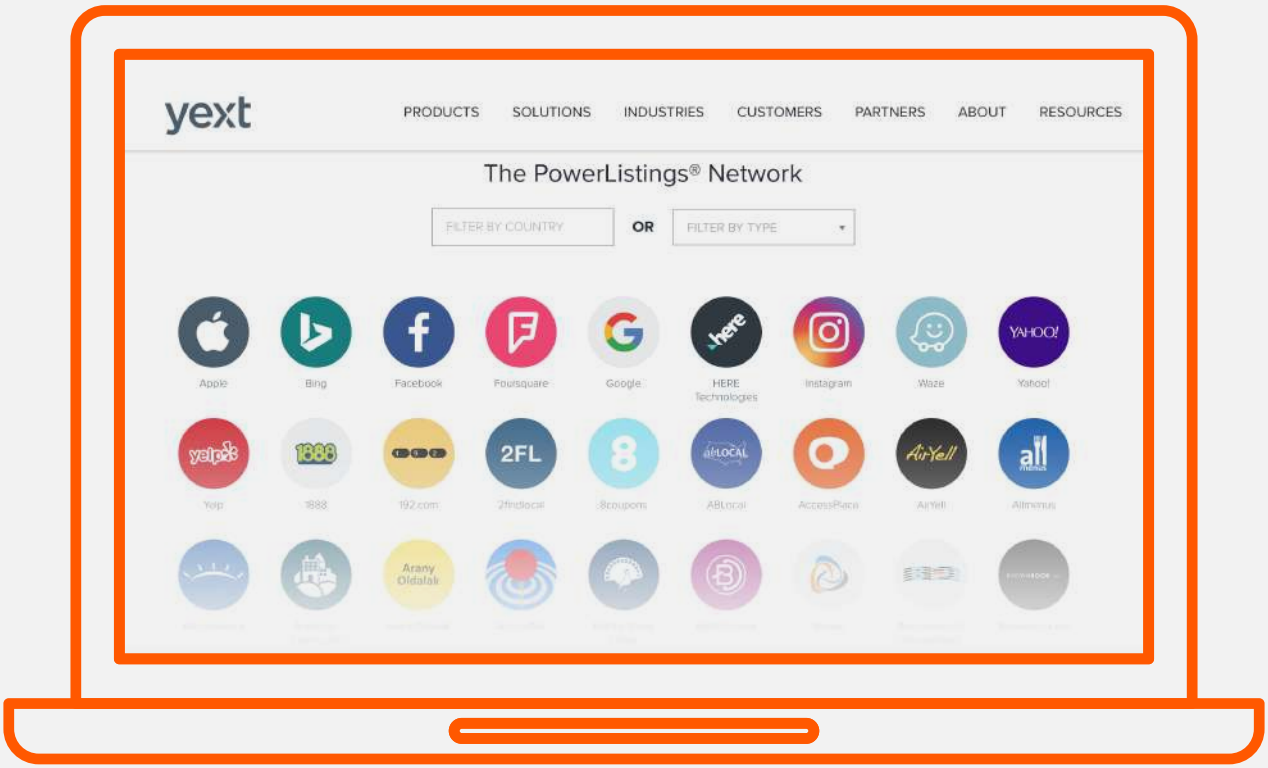


Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#1 Cómo puede ser el negocio encontrado en Google y Mapas

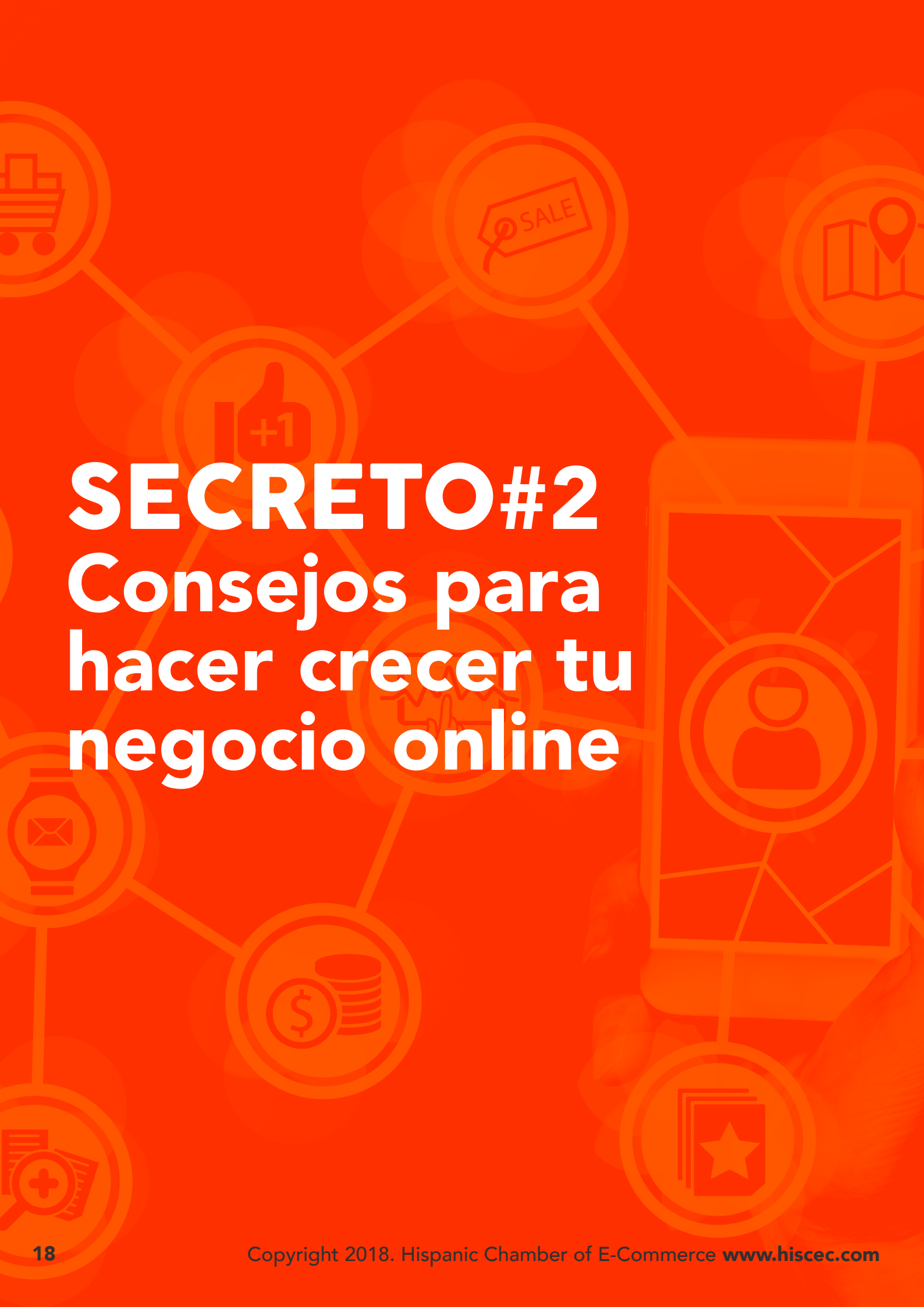
En Internet hay cientos de directorios de empresas, hay algunos que son muy relevantes para Google.
Es muy difícil listar tu empresa uno por uno en cada uno de ellos. Una opción que tienes es utilizar un servicio como el de **Yext.com.** Desafortunadamente el servicio tiene un costo, pero en la mayoría de los casos, hacer esa inversión tiene bastante sentido para tu negocio. Muy probablemente podrás recuperar lo que inviertas en un corto período de tiempo.

yext



Nosotros tenemos buena relación con el equipo de Yext, en caso de que estés interesado en el servicio y desees que te ayudemos a negociar tu paquete con ellos, con mucho gusto podemos ayudarte.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



SECRETO#2
Consejos para hacer crecer tu negocio online

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#2 Consejos para hacer crecer tu negocio online

Imagina que estas por abrir un restaurante.

Piensas en todos los detalles para que tus clientes potenciales tengas una excelente experiencia en tu locación. **Pero olvidas por completo que tienes que invertir en un sitio web para tu negocio y en tener una estrategia de marketing online** porque crees que por ser un nuevo negocio en el área y porque crees que tu comida es de lo mejor, no necesitas promocionarte en Internet.



Foto: Francisco Pérez está por abrir un nuevo negocio de Tacos al Pastor y al mismo tiempo ya pensando en el sitio web y en cómo promocionar su nuevo restaurant en Internet.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



En la actualidad, tu sitio web es una extensión de tu negocio.

Así como inviertes en los detalles de tu locación, **es importante que inviertas en tu sitio web**, en el desarrollo de tu marca y cuentes con una estrategia de marketing en Internet que te ayude a generar tráfico segmentado a tu sitio y a convertir esas visitas en ventas.

En 10 años que tenemos trabajando con pequeños negocios, nos ha tocado ver decenas de casos donde los empresarios no toman las decisiones apropiadas respecto al tipo de sitio web que necesitan para su negocio. O invierten de más o no lo suficiente para contar con un sitio que les ayude a vender más.

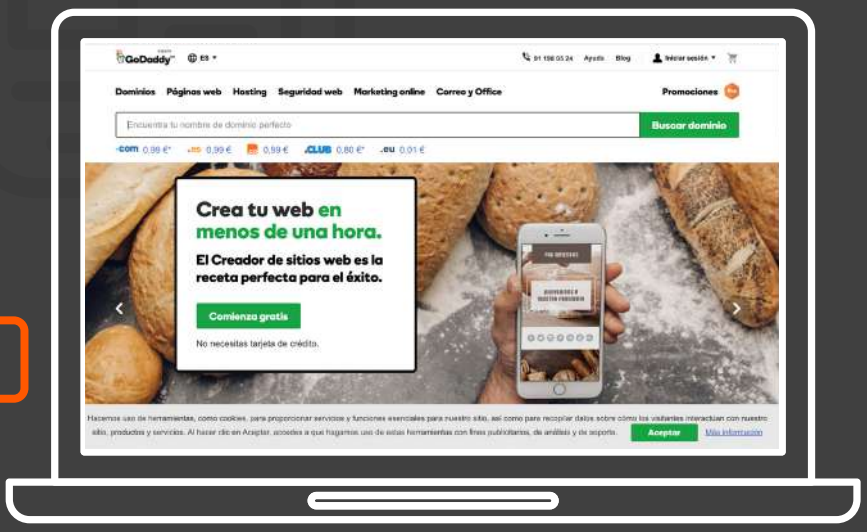
Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#2 Consejos para hacer crecer tu negocio online

PASO 1

Seleccionar el nombre del dominio apropiado para tu negocio. Es tu dirección en Internet. Por ejemplo:

www.**tunegocio**.com



Nosotros hemos trabajado desde 2010 con **GoDaddy** y es el lugar que recomendamos para que compren su nombre de dominio, hospedaje, etc. También pueden consultar **Google Domains.**

Te recomendamos que trates de agregar una palabra clave al nombre de dominio que selecciones. Por ejemplo, si el nombre de tu negocio es **"Los Tigres"** y es un gimnasio en San Diego, CA
El nombre de dominio podría ser:

www.lostigresgym.com o www.lostigresgymsandiego.com

Ayudará a que la gente encuentre más fácil tu negocio. No es cien por ciento necesario agregar una palabra clave, pero si recomendable.
Recomendable buscar un dominio con .COM de preferencia.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

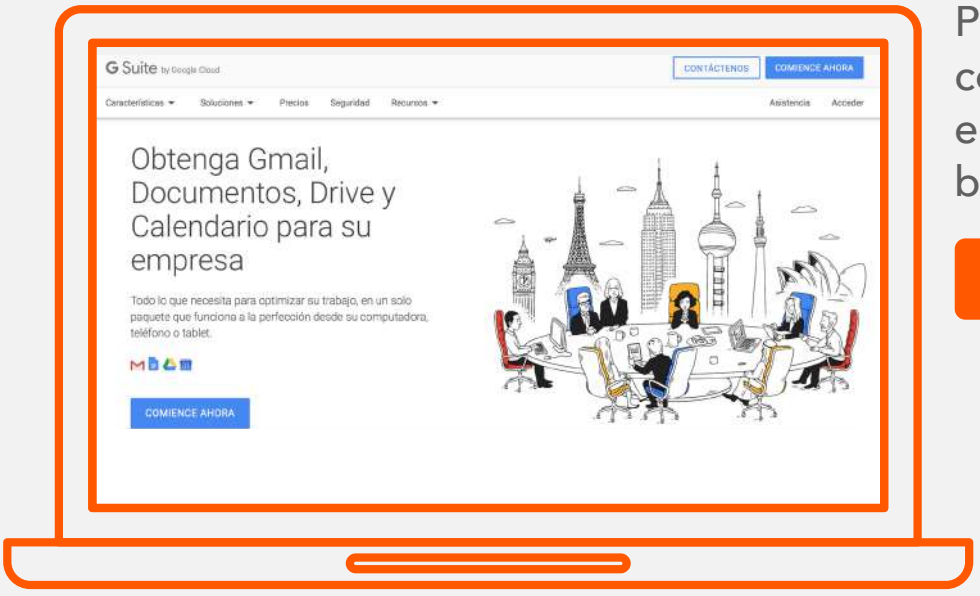
Una vez que hayas seleccionado el nombre de dominio, es muy recomendable que obtengas un **correo electrónico con el nombre de dominio** que hayas seleccionado. Por ejemplo:

www.**tunegocio**.com

nombre@tunegocio.com

Para ello te recomendamos **G-Suite.**

G Suite



Para dar de alta el correo electrónico de tu empresa. Da clic en el botón azul que dice:

COMENZAR AHORA

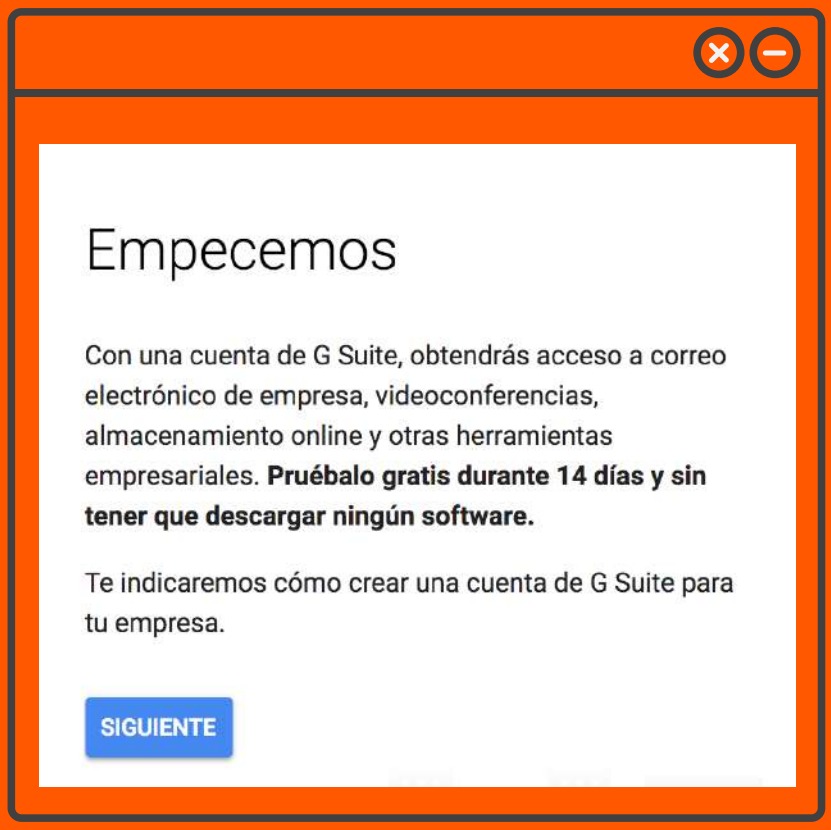


Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#2 Consejos para hacer crecer tu negocio online

Podrás acceder con la misma cuenta de **Gmail** que creaste para dar de alta tu empresa en el directorio de negocios de **Google.**

Una vez que comiences el proceso, solo sigue las instrucciones:

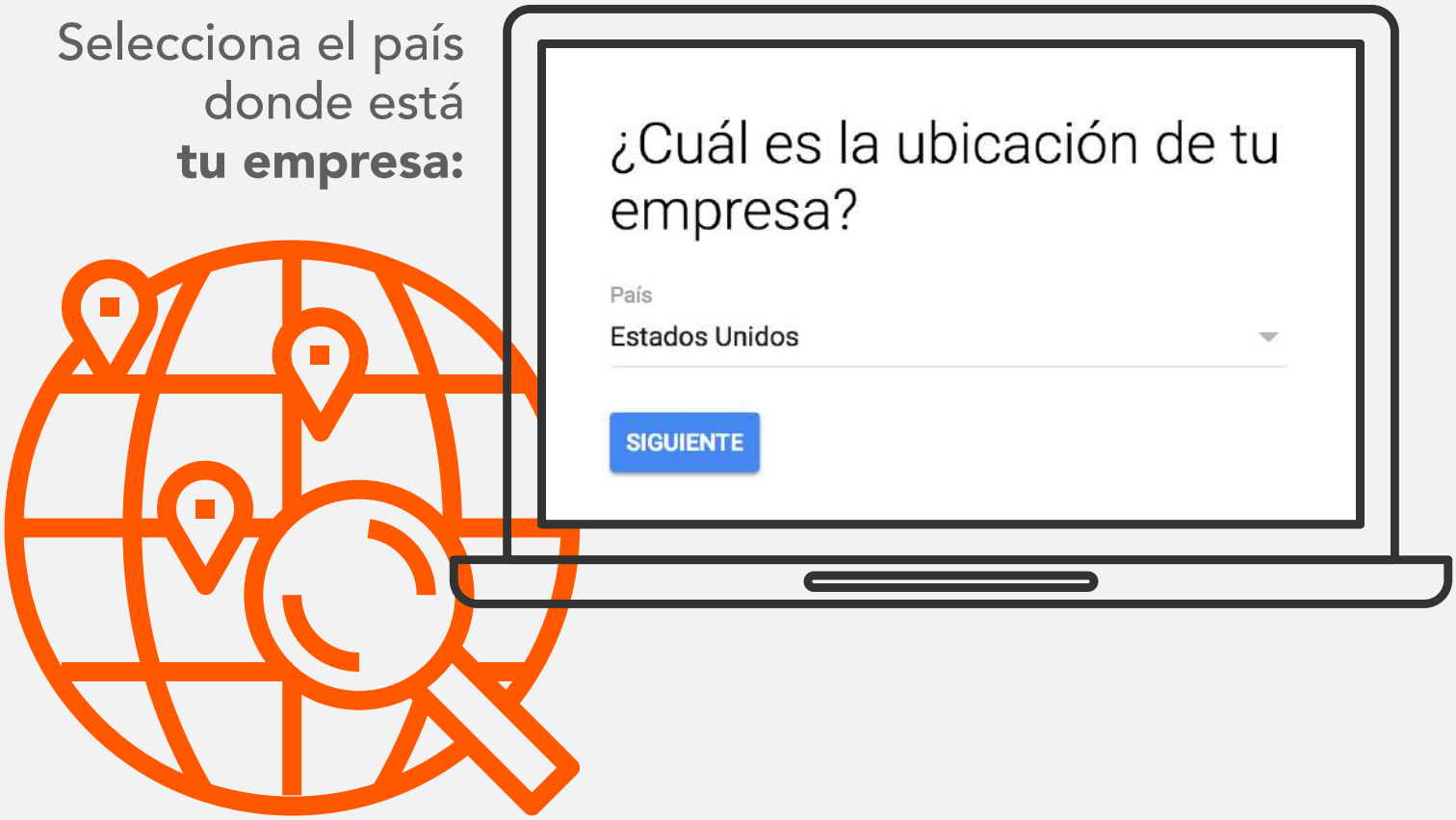






- Proporciona el nombre de la empresa y número de empleados:

Selecciona el país donde está **tu empresa:**



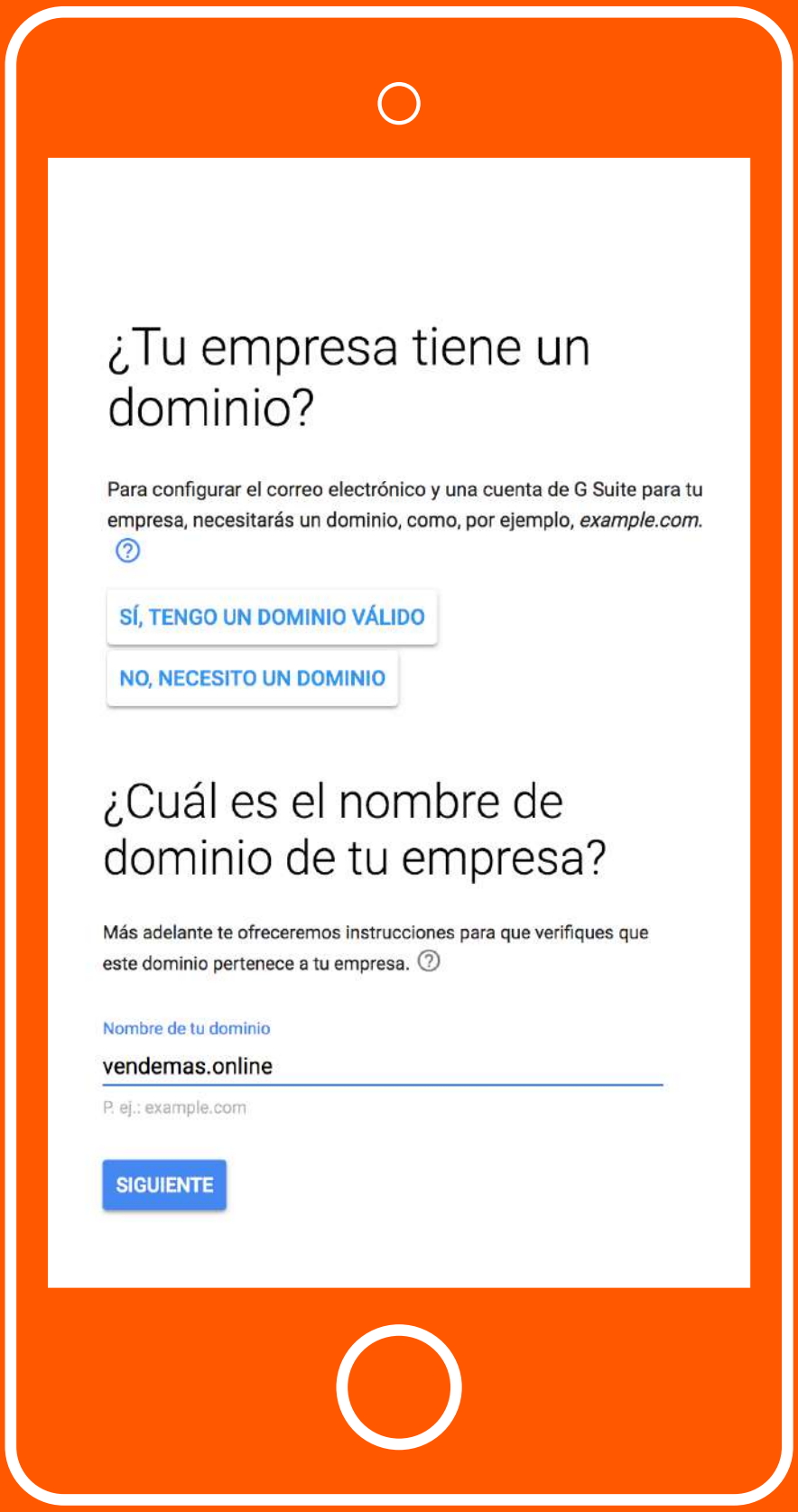


Proporciona un correo electrónico donde se puedan poner en contacto contigo:

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#2 Consejos para hacer crecer tu negocio online

Selecciona la primera opción si ya tienes tu dominio, sino puedes obtener uno de **Google**



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Te preguntará **G-Suite** si quieres utilizar ese dominio para configurar tu correo electrónico, das clic en siguiente

PASO 6

Proporcionas tu nombre:



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#2 Consejos para hacer crecer tu negocio online

- Escribe el correo electrónico y contraseña que quieres utilizar

—

Verifica que no eres un robot

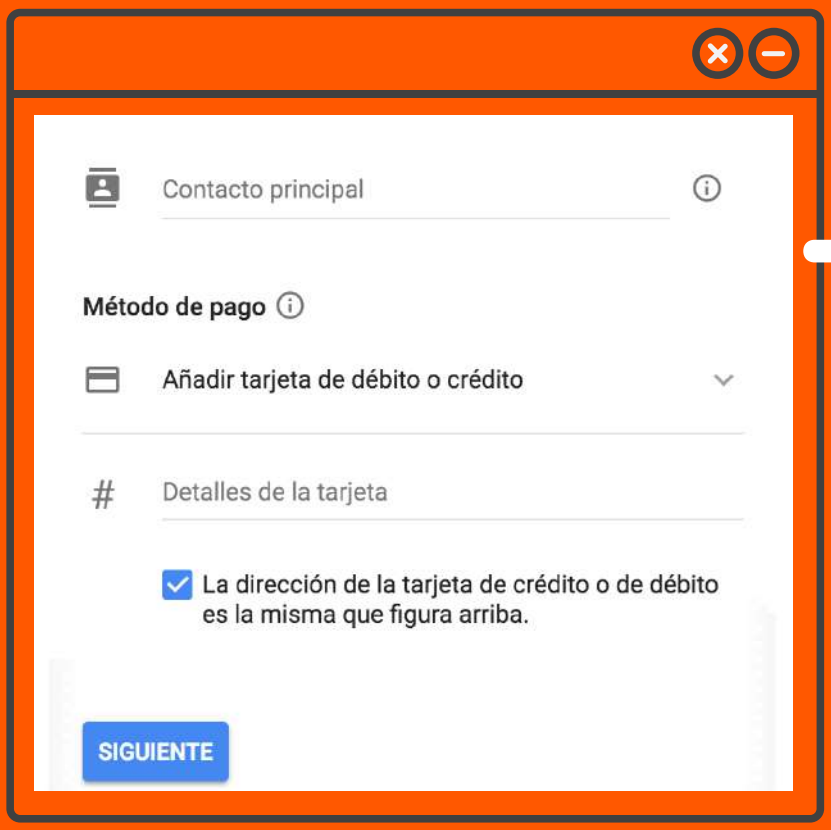


Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#2 Consejos para hacer crecer tu negocio online

Durante 14 días el servicio es sin costo, después del período de prueba el **servicio sale en $5/mes**







Para completar el proceso tendrás que proporcionar detalles de tu tarjeta de crédito.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Por último, recibirás un correo electrónico de confirmación por parte de **G Suite** confirmando la creación de tu correo electrónico personalizado.

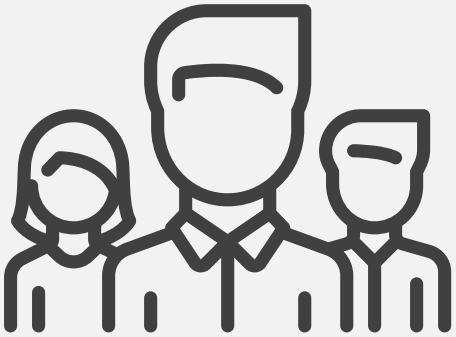


Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Una vez que la presencia online ha sido establecida, es importante que tengas el plan que ayude a **llevar tráfico al sitio web**, y no solo eso, tiene que ser **tráfico segmentado**, clientes potenciales para el negocio. Para eso es importante tener una idea muy clara de a quien se le va vender.

PASO 6 Define el perfil de tu cliente ideal.

Para ello te recomendamos que contestes las **siguientes preguntas:**



¿Quién es tu cliente ideal?

Encuentra los espacios en Internet donde ese cliente ideal pasa tiempo. Por ejemplo, si puedes encontrarlo en **Facebook** tienes que preguntarte que tipo de páginas visita, grupos, etc. Pensar en el tipo de contenido que le gusta consumir en Internet y a través de que canales lo hacen (Blogs, podcasts, videos, etc.) En la pregunta anterior definiste las características a detalle de tu cliente ideal, utiliza esa descripción para ayudarte a encontrarlo en Internet, **haz una lista.**

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



¿Donde puedes encontrar a tu cliente ideal?

Encuentra los espacios en Internet donde ese cliente ideal pasa tiempo. Por ejemplo, si puedes encontrarlo en Facebook tienes que preguntarte **que tipo de páginas visita, grupos, etc**. Pensar en el tipo de contenido que le gusta consumir en Internet y a través de que canales lo hacen **(Blogs, podcasts, videos, etc.)** En la pregunta anterior definiste las características a detalle de tu cliente ideal, utiliza esa descripción para ayudarte a encontrarlo en Internet, haz una lista.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



¿Qué puedes ofrecer para atraerlo a tu sitio web?

Una vez que has encontrado los espacios que frecuenta tu cliente potencial en Internet, tienes que pensar en algo que los atraiga a visitar tu sitio web. La idea es que conozcan tu empresa, los servicios/ productos que vendes y lo que te hace diferente a tu competencia. En el siguiente espacio, te recomiendo que hagas una lista de lo que podrías ofrecer para atraer a tu cliente potencial y poder comenzar algún tipo de comunicación con esa persona.

En esta misma sección, lista los resultados que puedes ofrecer a tu cliente una vez que han decidido comenzar a recibir tu mensaje. Los productos/ servicios que ofrecen le ayudarán a ese cliente potencial a resolver que?, los resultados que ofrecemos por lo que vendemos es lo que importa al final. Recuerda que siempre somos evaluados en base a resultados.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#3
Haz que tu sitio web trabaje para tu negocio



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#3 Haz que tu sitio web trabaje para tu negocio



PASO 1

¡Análisis de la competencia!

Es importante de que antes de que comiences a desarrollar el sitio web para tu negocio, tomes el tiempo para hacer un análisis de tu competencia. Una vez que has detectado a tu competencia directa e indirecta, es importante que realices un análisis comparativo entre las empresas que has detectado. **El análisis comparativo tiene que enfocarse en los siguientes puntos:**



Información General

- Nombre de la empresa
- Dirección de la empresa
- Dirección de sitio web (URL)
- Misión de la empresa

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Productos/ Servicios

- Lista de productos/servicios que ofrece.
- Características de los productos/servicios que ofrece (Listar fortalezas y debilidades).
- Precio.
- Detectar que tan similares son a los productos/servicios que su empresa va a ofrecer.
- Lista de servicios adicionales que ofrezca la empresa.
- Si llevan a cabo actividades de comercio electrónico, detecte los costos de empaque y envío.



Servicio al Cliente

- Cuenta la empresa con un número sin costo al cliente (Ej. 1-800).
- La página de contacto es fácil de localizar y utilizar.
- La empresa ofrece una sección de preguntas y respuestas.
- Las políticas de privacidad y términos de uso están visibles.
- Cuenta la empresa con una política de devolución de productos.
- Ofrecen crédito.
- Hay algún otro servicio enfocado a mejorar la experiencia del cliente Mercado Meta.
- Por la información disponible, puede detectar el mercado meta de la empresa.
- Es claro para el mercado meta los beneficios que ofrecen los productos/servicios.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#3 Haz que tu sitio web trabaje para tu negocio



Imagen de Marca/Mercadeo

- La imagen de marca de la empresa es atractiva
- El mensaje de la publicidad de la empresa es apropiada
- El sitio web de la empresa es fácil de navegar y cuenta con la información necesaria para tomar la decisión de compra
- Cuenta la empresa con una presencia fuerte en Internet
- Participa la empresa activamente en las redes sociales
- Cuenta la empresa con un blog
- La empresa distribuye un boletín electrónico
- Utiliza activamente videos promocionales enfocados en la distribución en la web

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

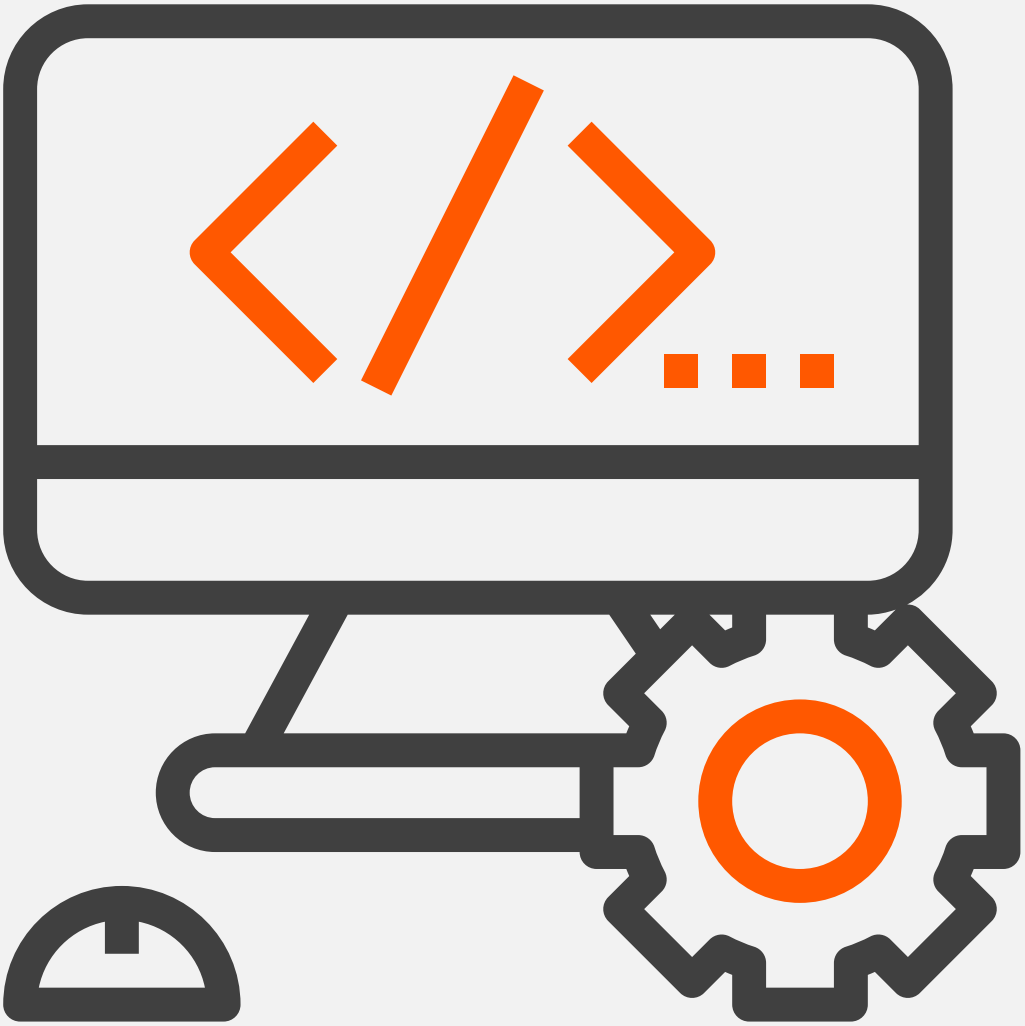


Ventajas Competitivas

- La empresa tiene una estructura de precios competitiva
- Opera con bajos costos
- Se diferencian sus productos gracias a la calidad de las características con las que cuentan
- La empresa ha implementado un sistema innovador para hacer negocios
- Cuenta con una estrategia clara y fuerte de expansión
- La empresa ha establecido alianzas estratégicas con líderes en la industria
- La empresa ha establecido procesos administrativos eficientes y efectivos
- Ha logrado establecer una presencia fuerte en el mercado haciendo difícil para otros el incursionar en el mismo Mercado

Espero que con esta lista se den una idea de los elementos que tienen que considerar a la hora de comparar a la competencia directa e indirecta con su empresa. Puedes agregar o quitar elementos conforme consideres apropiado y necesario para obtener los mejores resultados.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



PASO 2

Desarrollo de tu sitio web

Desarrollo de tu sitio web. El talón de Aquiles para muchos, es donde la mayoría de los empresarios(as) comenten bastantes errores. En estos días hay bastantes personas que se creen desarrolladores de sitios web, eviten trabajar con personas que no tienen la experiencia necesaria para desarrollar el sitio web de su negocio. **Las recomendaciones que les damos son las siguientes:**

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Tengan una idea muy clara del tipo de sitio web que quieren para su negocio.

Siempre recomiendo que estudien los sitios web de las 3 empresas que ustedes consideren competencia directa. Tomen nota de lo que les gusta y lo que no les gusta. Analicen muy bien la funcionalidad del sitio, es muy probable que su competencia no tenga un sitio web muy bien estructurado. Vean esta oportunidad como una ventaja competitiva para su negocio, ya que si ambas empresas tienen buenos productos/servicios y precios similares, donde se pueden diferenciar es en la experiencia que pueden ofrecer a través del sitio web a sus clientes (Información fácil de encontrar, sitio profesional que inspira confianza, procesamiento de pagos en línea, etc.).

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Pidan 2-3 propuestas de desarrolladores de sitios web.

No se vayan con el primero. Comparen precios y habilidades. Otro error común es el de irse con el precio más bajo, nunca tomen el precio como principal punto de decisión. Hemos visto decenas de empresarios perder miles de dólares por hacer eso. El punto más importante es que el desarrollador web tenga la habilidad para crear el sitio web que será una herramienta poderosa de venta para su negocio.

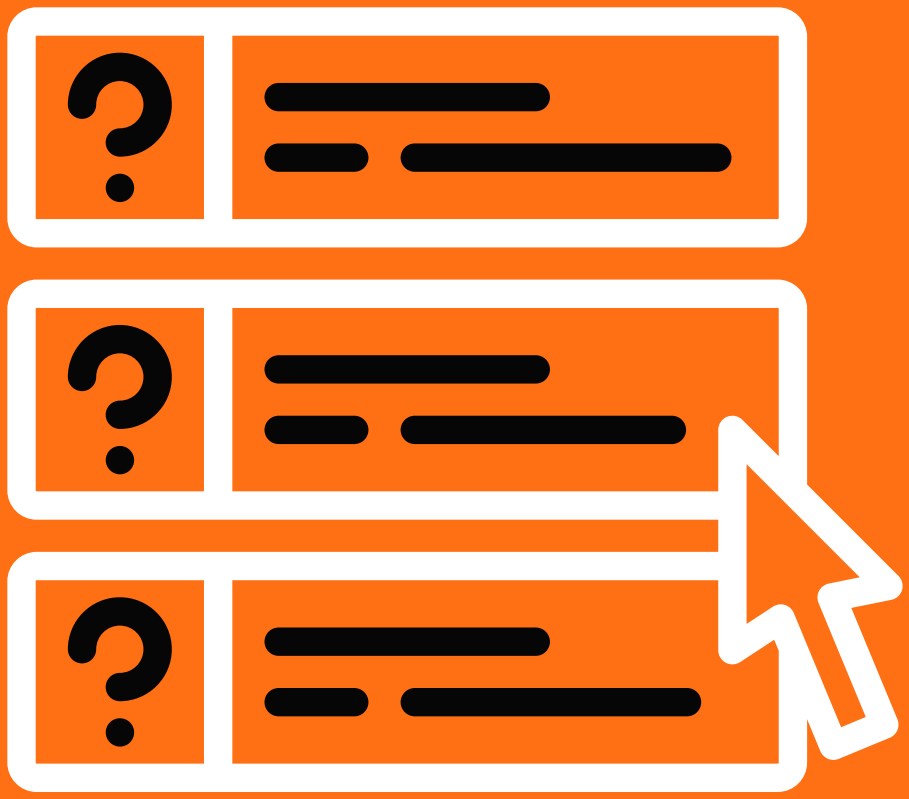
Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Llamados a la ACCIÓN.

Tengan como principal prioridad en el desarrollo de su sitio web el contar con una estructura donde los contenidos no solo ofrezcan información general de la empresa, sino que también tenga una estructura que facilite el proceso de venta a través del sitio. Desarrollen el sitio web con diferentes llamados a la acción que les permita a ustedes medir que tanto negocio generan con esa ponderosa herramienta de venta. Es también importante que el sitio web facilite la comunicación con sus clientes y prospectos.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Información.

Por lo general es recomendable proporcionar toda la información que sea necesaria para que el cliente potencial pueda tomar la decisión de compra. Ni más, ni menos; lo necesario. Muy recomendable el ser lo más estratégicos que sea posible, eso les ahorrará tiempo, dinero y esfuerzo.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#3 Haz que tu sitio web trabaje para tu negocio

Para asegurarte que tu sitio web cubre toda la información necesaria para vender más, toma en consideración las siguientes preguntas:

¿Quién?

La empresa.
Todo acerca de la historia, staff, misión, FAQ, etc.

¿Qué?

Productos/Servicios.
Proporcionar al detalle lo que venden.

¿Cuándo?

Horario de operación.

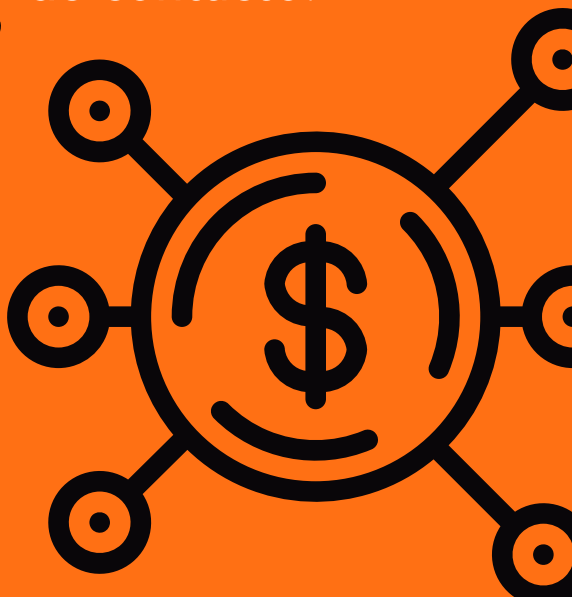


¿Dónde?

Información de contacto.

¿Por qué?

Ofrecer las razones por las cuales ustedes son mejor que la competencia.
El contenido que motivará al cliente potencial a tomar acción.



Branding.

Asegúrense que su sitio web sea consistente con la marca. En innumerables ocasiones nos ha tocado ver como los materiales impresos tienen una línea gráfica diferente a los materiales online. Toda la marca de la empresa tiene que ser consistente para que el negocio genere más confianza y se vea profesional.

Responsivo & SEO

Súper importante que su sitio web sea responsivo. Es decir, fácil de navegar en cualquier dispositivo electrónico, especialmente teléfonos inteligentes y tabletas. El sitio tiene que ser amigable a los motores de búsqueda para que de esa manera pueda ser encontrado fácilmente.

Seguro y medible

Google da puntos extras a todos los sitios web que protegen la privacidad de la información. Recomendable obtener un certificado SSL de seguridad para su sitio web. También muy importante instalar **Google Analytics** en el sitio para medir constantemente de donde viene el tráfico al sitio y como interactúa una vez que están en las páginas.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



SECRETO#4
Consejos prácticos para tener éxito en las Redes Sociales

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Falta de tiempo.



Una de las razones por las cuales muchos empresarios no utilizan las redes sociales para promocionar sus negocios es la **falta de tiempo y de los conocimientos necesarios para utilizarlas de manera efectiva.**

Si no se tiene una idea clara de lo que se pretende lograr utilizando las redes sociales, van a sentir que nada más están desperdiciando su tiempo y en poco tiempo dejarán de utilizarlas.

¿A quién le gusta desperdiciar tiempo? ¡A nadie!

En mi experiencia, me ha tocado ver un poco de todo. Desde los que han logrado construir negocios a través de sus perfiles en las redes sociales hasta los que han terminado desilusionados por el tiempo que invirtieron en las mismas.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Cliente ideal.

¿Recuerdas las preguntas del Secreto #2? ¿Quién es tu cliente ideal? y ¿Dónde puedes encontrar a tu cliente ideal?. Revisa nuevamente tu respuesta a ambas preguntas. Vas a necesitar esa información para definir los pasos que quieres implementar en la promoción de tu negocio a través de las redes sociales.

Cuando comenzamos la Cámara Hispana de Comercio Electrónico en 2008 sólo teníamos **$140 dólares en el banco**. No teníamos absolutamente nada de reputación en el mercado.

Recuerdo que muchos llegaron a pensar que la **"Hispanic Chamber of E-Commerce"** era una organización falsa que desaparecería en pocos meses.

Teníamos un gran problema en nuestras manos. No recursos, no contactos, no nada… más que el Internet como nuestro mejor aliado.

Fue cuando tuvimos que responder a las preguntas: **¿Quién es nuestro cliente ideal?** y **¿Dónde podemos encontrarlo?.** No fue un ejercicio fácil, teníamos muy poco conocimiento del mercado y de cómo se administraban las Cámaras de Comercio en Estados Unidos. A prueba y error fue como fuimos definiendo el perfil de los empresarios y empresarias a los que queríamos llevar nuestro mensaje.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

"No tengo dinero para marketing".

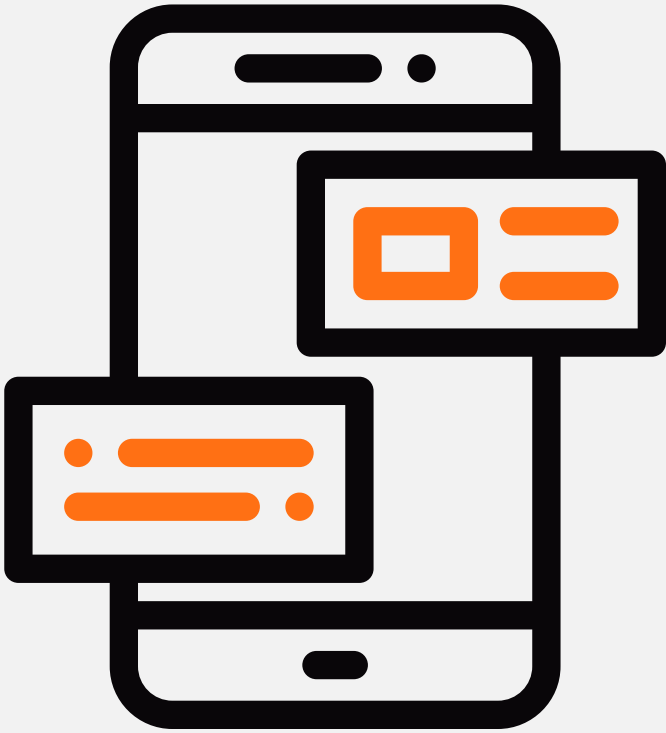
En 2008 no teníamos dinero para imprimir materiales promocionales, ni para promocionar la organización en medios tradicionales (Radio, Televisión, Periódico, etc.) Pero si unas ganas tremendas de llevar nuestro mensaje a cuanta gente fuera posible dentro del segmento al que queríamos llegar.

Con el Internet como nuestro mejor aliado y deshaciéndonos de las excusas, fue como comenzamos a utilizar las redes sociales.

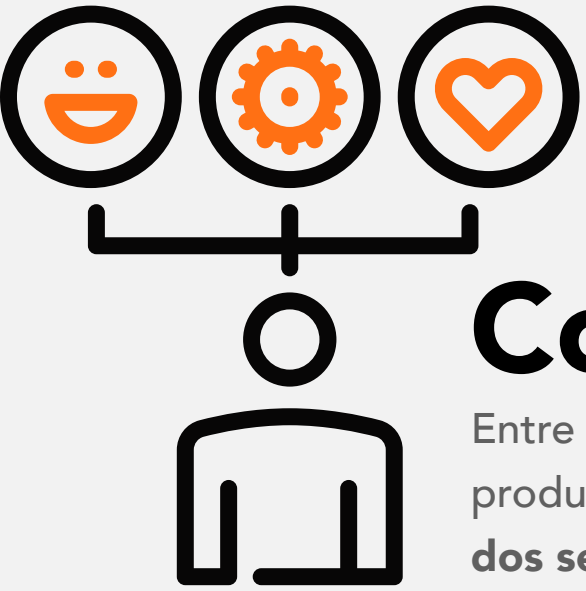
En aquel tiempo Twitter era lo máximo, Facebook estaba ganando terreno como plataforma para los negocios, LinkedIn era la opción más natural para nuestro concepto. Después de algunas pruebas, nos enfocamos completamente en crecer a través de Twitter y Facebook. Hasta el día de hoy, las dos plataformas siguen siendo claves en el crecimiento de la organización.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Consistencia.



Antes de que les compartamos algunos consejos específicos respecto al uso de las diferentes redes sociales, es muy importante tener en mente que **el ser consistente en las redes sociales es lo que les ayudará a conseguir los resultados que se propongan**. Si terminan publicando una vez al mes o muy inconsistentemente, no tendrán buenos resultados y lo que poco que estén haciendo será pura pérdida de tiempo.



Comunidad.

Entre más se apoyen de otros para promocionar sus productos y servicios en las redes sociales, **sus resultados serán de mayor impacto.**

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Nota Importante!

Olvídense de números de seguidores en las redes, enfóquense en medir lo que sea importante para su negocio. Si tienes 100 seguidores en Instagram pero estas haciendo consistentemente dinero al mes o logrando cualquier meta que es importante para ti, continua con lo que estas haciendo y sácale el mayor provecho posible a esa red social.

Para nosotros las redes sociales han servido para construir nuestra marca, transmitir nuestro mensaje, vender membresías, promocionar programas, vender eventos, conseguir patrocinadores, darle visibilidad a los miembros de la **Cámara Hispana de Comercio Electrónico**, abrir nuevos mercados, construir nuestra reputación, entre otras cosas.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

TWITTER

El proceso de la creación de la cuenta en Twitter es muy sencillo, si es que aún no cuentan con cuenta en Twitter. Vayan a **http://twiter.com**, den clic en registrarse y sigan las instrucciones.

Recomendaciones:



1. Utiliza foto para tu perfil y en el encabezado de tu cuenta.

2. No dejes ningún campo vacío en la información de contacto.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

TWITTER

3. En tus Tweets asegúrate de utilizar hashtags. Ejemplo: **#Emprendedor**

4. Utiliza fotos y videos. No olvides los hashtags.

5. Da seguimiento a los métricos que sean de interés para tu negocio (Servicio al cliente, construir relaciones de negocios, llevar tráfico al sitio web, etc.)



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



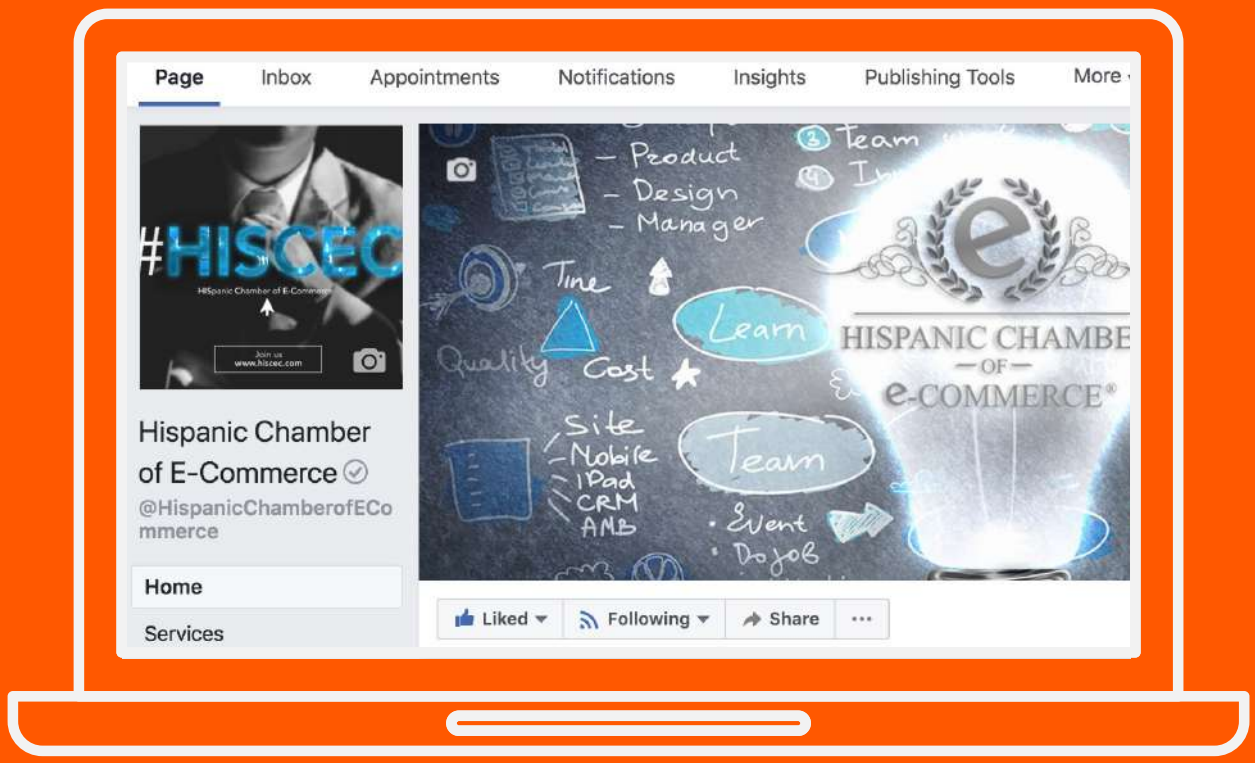
FACEBOOK

1. Crea tu página de negocios.

2. No dejes campos vacíos. Llena la información de contacto, agrega foto de perfil y foto en la sección del encabezado de la página, agrega información acerca de tu empresa, servicios, etc.

3. Agrega el nombre de tu empresa al URL para hacerlo más fácil de recordar.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



FACEBOOK

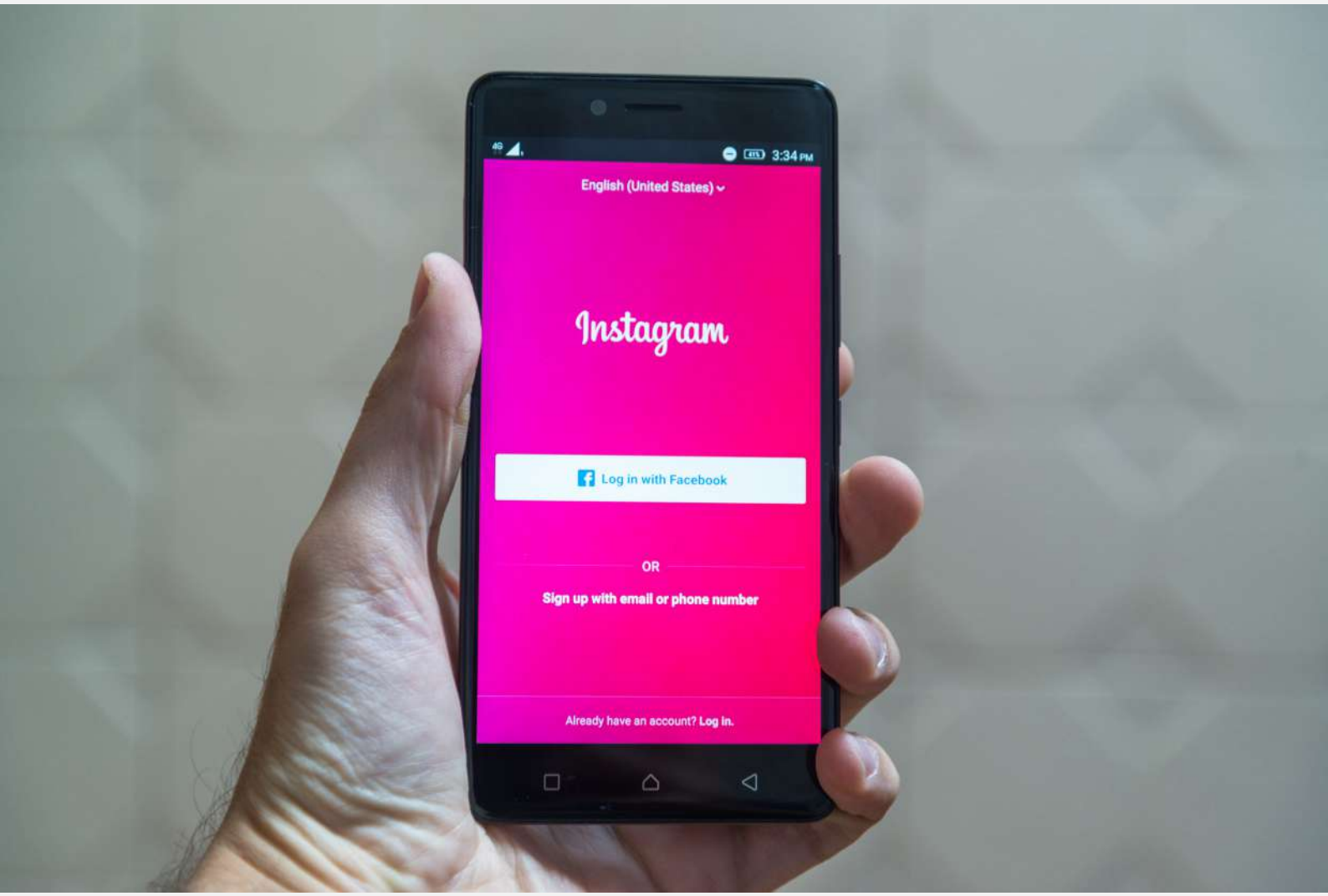
4. Comparte fotos y videos en tus publicaciones.

Ayudan a darle más visibilidad a tu negocio.

5. Trata de publicar al menos una vez al día.

Sé tan creativo y relevante como puedas con el contenido que publicas. Siempre ten en mente a la audiencia a la que deseas llegar.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



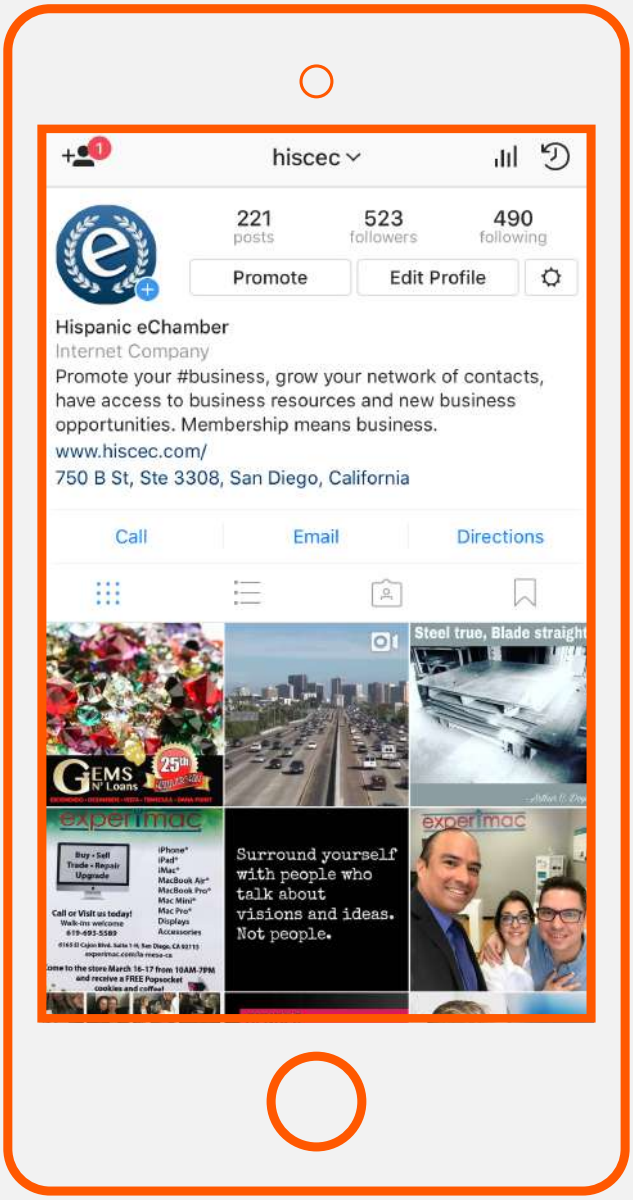
INSTAGRAM

1. Crea tu perfil de negocios en Instagram.

2. Publica tan frecuentemente como desees: fotos, videos e historias.

3. Trata de que tus fotos y videos sean de la mayor calidad posible.

La mayoría de las cámaras en los teléfonos inteligentes tienen la capacidad necesaria para que puedas tomar buenas fotos y buenos videos.



4. Descarga alguna aplicación que te ayude a darle efectos creativos a las fotos y videos que tomes.

Hay ocasiones en que un filtro para una foto puede hacerla más atractiva visualmente y con eso incrementar el número de personas que participan en la publicación.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



LINKEDIN

1. Muy recomendado para los dueños y dueñas de negocios de contar con su perfil personal.

2. Y también crear el perfil de la empresa.

3. En LinkedIn mantén tus publicaciones con enfoque más profesional. Comparte contenido relevante a tu industria, noticias importantes sobre tu negocio, puedes compartir eventos, reconocimientos, etc. No importa en que industria estés, LinkedIn es una muy buena opción de promoción para tu negocio.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



SECRETO#5
Estrategias básicas de promoción a través de video

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

VIDEO MARKETING

¡Nos guste o no, el video toma prioridad en 2018!

Lo que significa que si no utilizamos video en alguna capacidad en la promoción de nuestro negocio, vamos a estar invirtiendo más recursos que la competencia para llegar a nuestra audiencia meta.

Por esa razón, en 2018 y hacia adelante, no se puede dejar video a un lado. Si tu no deseas salir en los videos, pueden salir tus empleados o enfocarte únicamente en la promoción de tus productos/servicios con videos.

Sólo recuerda una cosa muy importante, es muy recomendable conectar la cara detrás de la marca, a la mayoría de los consumidores les gusta eso. Piensa en **Apple** y se te viene Steve Jobs a la cabeza, o **Amazon** y piensas en Jeff Bezos.

He conocido bastantes empresarios que creen que solo producciones en los miles de dólares sirven para la promoción del negocio a través de video pero ese no es el caso. No permitas que la "falta de recursos" te limiten de utilizar videos para darle más visibilidad a tu negocio.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#5 Estrategias básicas de promoción a través de video

Los videos funcionan perfectamente bien para cualquier negocio en cualquier industria. No hay diferencia entre el negocio casero hasta uno grande. Puntos a recordar:

1. La mayoría de las redes sociales están dando bastante prioridad a los videos. Eso significa más visibilidad por menos dinero.

2. Los videos en vivo ofrecen la oportunidad de llegar a más personas y un mayor nivel de participación en lo que presentes.

3. Crea videos desde Instagram. Una de las redes que más visibilidad están dando a los que están compartiendo videos. En especial si tu audiencia meta está ahí.

4. Nada mejor que un video para presentar los beneficios de tu producto o servicio.

5. Cuando promueves un video puedes llegar a tu segmento meta. Ese nivel de segmentación no te lo ofrecen los medios tradicionales. Facebook sigue de líder en lo que a segmentación se refiere. Puedes crear audiencias con los intereses que desees.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

FACEBOOK VS YOUTUBE

Varios expertos en marketing en Internet están debatiendo donde se puede alcanzar una mayor audiencia, Facebook o YouTube. Mi recomendación es que tú te enfoques donde puedes llegar a tu Mercado Meta. Si están en ambas plataformas, utiliza ambas.

QUORA

Recuerdan Yahoo Answers, en QUORA pueden responder preguntas con video y el nivel de involucramiento de la comunidad es muy alto. Los invitamos a que revisen quora.com y vean si de ahí pueden sacar algo de negocio.

PINTEREST

Si tu mercado son mujeres, Pinterest es una de las mejores plataformas donde puedes conectar con ellas y más si lo haces a través de videos. Muy pocos negocios se toman el tiempo para hacer promoción a través de Pinterest, es la menos usada en nuestra comunidad de empresarios y empresarias. Es sin lugar a duda un nicho para los que deseen posicionar su marca en esa plataforma.

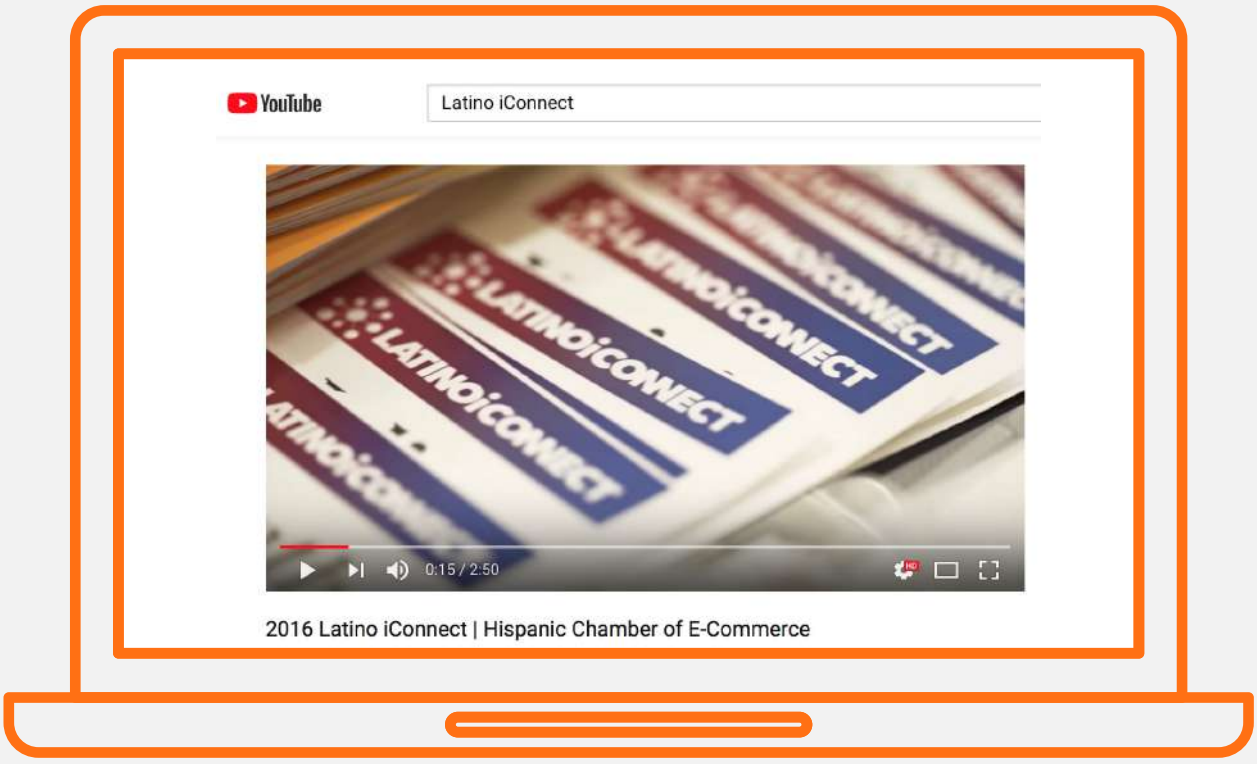
Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

INSTAGRAM PARA ENTREVISTAS

Facebook Live o YouTube han dominado las entrevistas en vivo, pero ahora ha entrado Instagram a la competencia con unos niveles de involucramiento altos por parte de la audiencia. Nosotros estaremos activos en esa plataforma con entrevistas en vivo. Buena opción para tu negocio en especial si decides tomar un rol de líder en tu industria.

YOUTUBE & MEDIUM | STORIES

YouTube y Medium están ya ofreciendo "Instant Stories". Dos plataformas que puedes explorar para compartir historias, pocos lo están haciendo ahora, así que hay un buen nicho de mercado para explotar. Medium puede que no sea una opción para tu negocio pero muy probable que YouTube si lo es.



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#5 Estrategias básicas de promoción a través de video



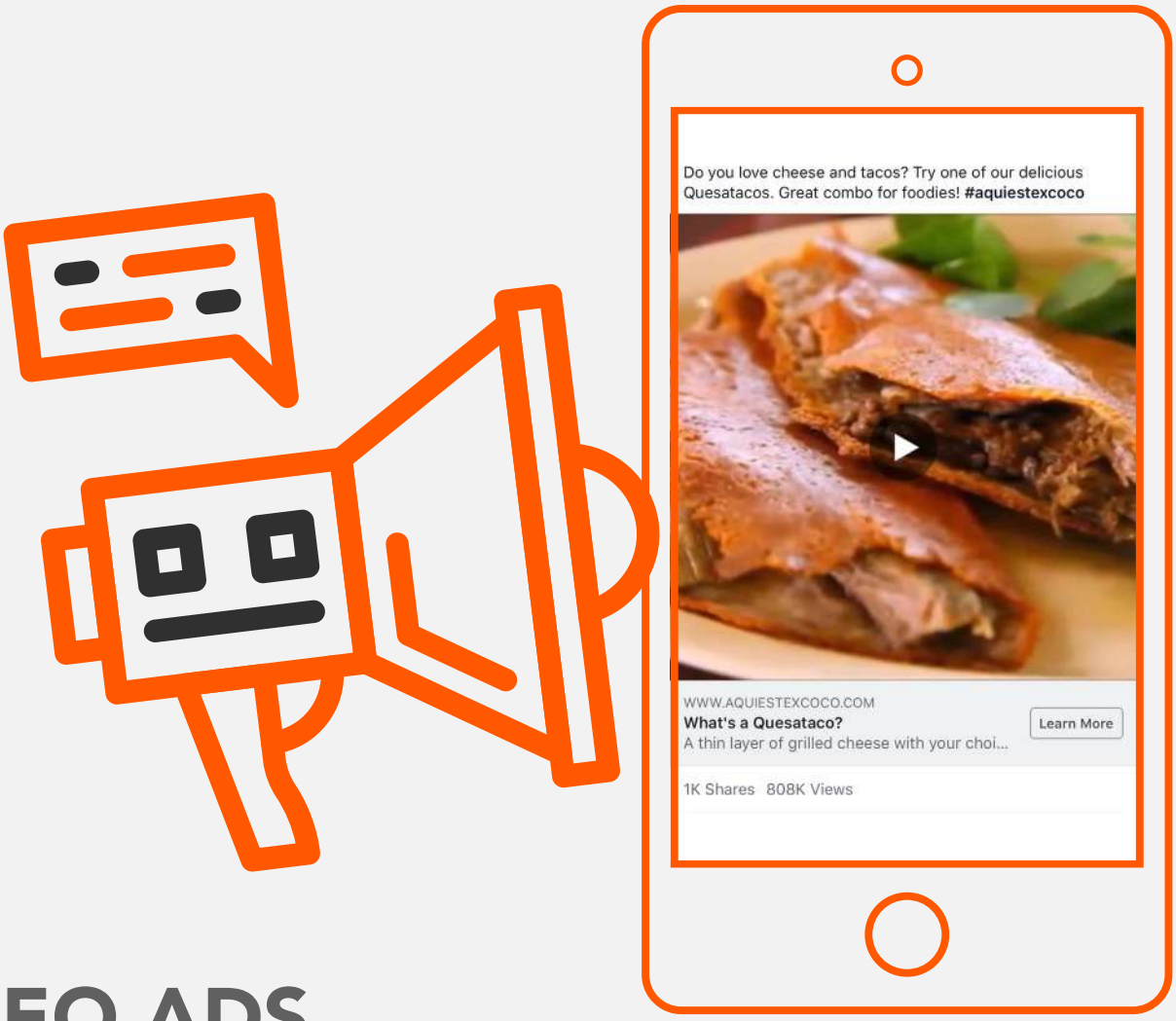
LIVE

Nosotros hemos experimentado bastante con LIVE VIDEOS con muy buenos resultados. Al menos este 2018, los videos en vivo dominarán los feeds de la mayoría de las plataformas. Eso abrirá la oportunidad para que te comuniques de manera proactiva con tu audiencia lo que te ayudará a darle mas visibilidad a tu marca. No dejes de incorporar esta opción en tu estrategia de marketing a través de video.

VIDEOS CON FORMATO MOVIL

La mayoría de los usuarios en Internet están pasando horas y horas consumiendo contenido a través de sus dispositivos móviles. Tienes que tener ese punto muy claro para evitar crear videos que no se verán bien en dispositivos móviles. Si por ejemplo, la mayoría de tu audiencia meta está en Instagram, tienes que enfocar todos tus recursos en producir videos con el formato apropiado para esa plataforma.

SECRETO#5 Estrategias básicas de promoción a través de video



VIDEO ADS

No está de más decir que anuncios con videos están recibiendo bastante exposición por un costo menor al de una foto o algún otro tipo de contenido en las redes. Es por eso que debes considerar invertir en anuncios promocionales con video, desde las versiones de 6, 15, 30 segundos hasta videos más largos cuando tu audiencia te los permita.

En la foto puedes ver un anuncio que ha recibido más de 800 mil vistas por una audiencia segmentada por un centavo por vista. Eso demuestra el poder del video. El retorno de inversión ha sido exponencial.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



SECRETO#6
Opciones para promocionar tu negocio con anuncios pagados

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



LLAMA A DINERO DINERO

El negocio que tenga la capacidad financiera para pagar más por adquirir un cliente es el que logrará retener una mayor participación en el mercado.

Les digo eso por experiencia propia. Me ha tocado ver de primera mano eso en varios negocios en diferentes industrias. El punto es llegar ahí. Desafortunadamente a muchos negocios les cuesta alcanzar el nivel donde tienen la capacidad económica de pagar más que sus competidores por adquirir y retener un cliente.

Hemos estado hablando de algunas de las herramientas que ayudan al posicionamiento de los negocios a través de una estrategia de posicionamiento orgánico. Con eso podrás llegar hasta cierto punto, para tomar una mayor participación en el Mercado vas a necesitar invertir en anuncios pagados.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#6 Opciones para Promocionar tu Negocio con Anuncios Pagados

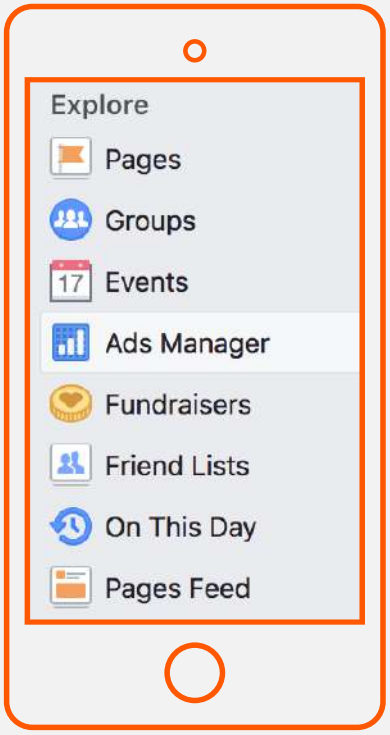
Lo bueno del Internet y de la mayoría de las plataformas que ofrecen un administrador de anuncios es que las opciones de segmentación son muy detalladas. Eso ayuda a los empresarios a tener un muy buen retorno de inversión por cada dólar que invierten. Aún así es prioritario que se tomen el tiempo para crear campañas promocionales muy bien estructuradas, sino quieren terminar perdiendo dinero.

Como todo en la vida, no por ser Internet los anuncios serán económicos. Hay industrias que son muy competitivas y el costo por competir en ellas es alto. Así que si estás en la industria de seguros, bienes raíces, prestamos hipotecarios, fianzas, etc. espera pagar un precio mas elevado por la interacción de tus clientes potenciales con tu anuncio.

Es por ello que en esos casos se tiene que ser muy estratégico y contar con un presupuesto mínimo para poder competir.

Actualmente tienes la oportunidad de anunciarte en Facebook, Instagram, Google, LinkedIn, Twitter, entre otros.

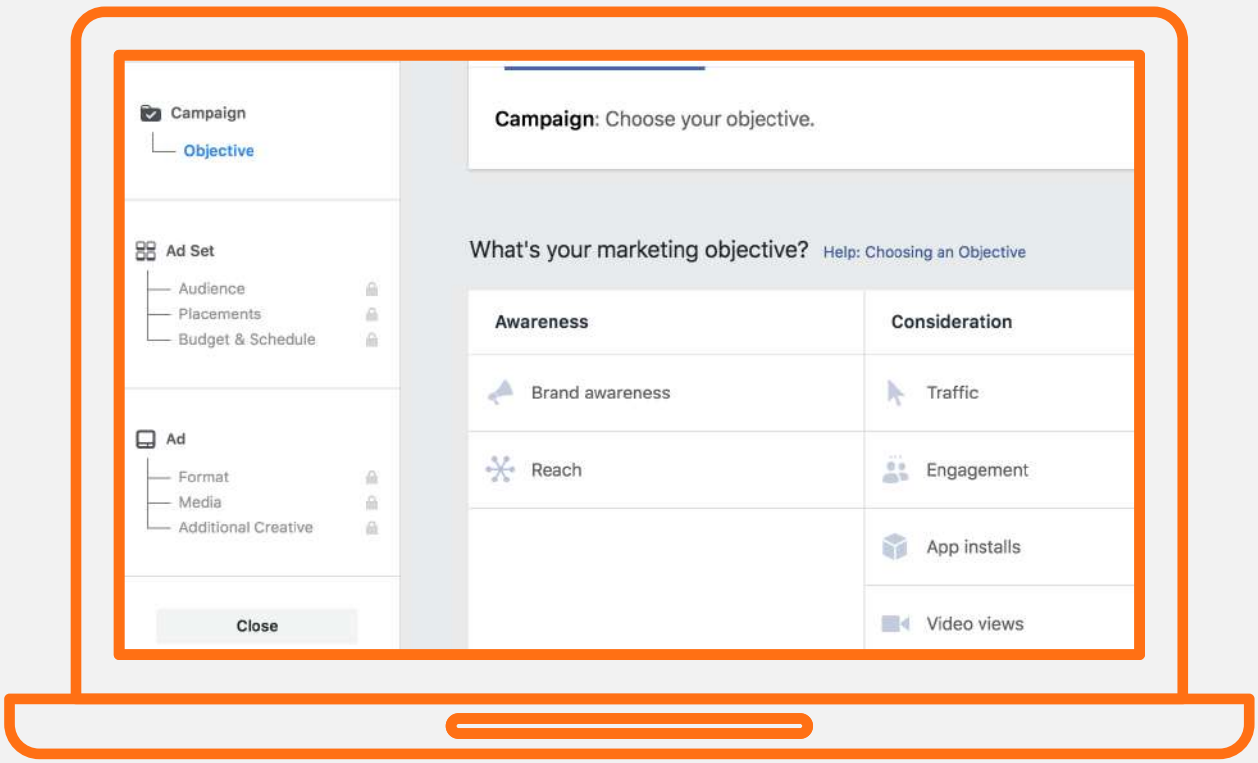
Google AdWords, Facebook e Instagram están entre los favoritos de los dueños de negocios.



FACEBOOK

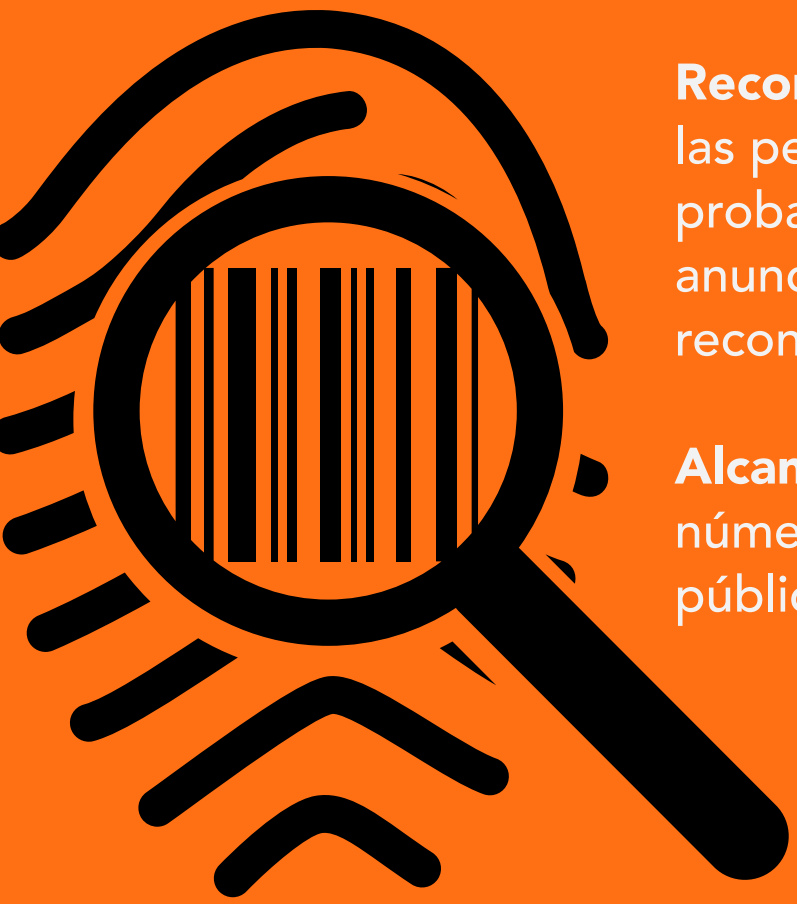
Para anunciarte en Facebook vas a tener que crear tu cuenta en el Facebook Ads Manager, el cual se encuentra ubicado en la columna izquierda dentro de tu perfil en Facebook:

Una vez que has dado de alta tu cuenta tendrás acceso al creador de anuncios:



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

FACEBOOK
Tipos de anuncios



Reconocimiento

Los objetivos que generan interés en tu producto o servicio.

Reconocimiento de marca: Llega a las personas con más probabilidades de recordar los anuncios y aumenta el reconocimiento de la marca.

Alcance: Muestra el anuncio al número máximo de personas en el público.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Conversión

Los objetivos que animan a las personas interesadas en el negocio a comprar o utilizar tu producto o servicio.



Conversiones: Consigue que más personas usen el sitio web, la aplicación de Facebook o la aplicación para celulares. Para seguir y medir las conversiones, usa el píxel de Facebook o los eventos de la aplicación.

Ventas del catálogo: Muestra productos de tu catálogo en función del público objetivo.

Visitas en el negocio: Promociona varias ubicaciones del negocio entre las personas que estén cerca.

Te recomendamos que bajes la **"Guía de Anuncios de Facebook"** donde podrás obtener información sobre las especificaciones de contenido y los requisitos técnicos de los anuncios en la familia de aplicaciones y servicios de Facebook. La guía esta disponible en
https://www.facebook.com/business/ads-guide/

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#6 Opciones para Promocionar tu Negocio con Anuncios Pagados



Anuncios de generación de clientes potenciales

Los anuncios para clientes potenciales en Facebook e Instagram te ayudan a recopilar información de las personas que muestran interés en tu negocio. Un anuncio para clientes potenciales se presenta con una imagen, un video o una secuencia y, luego, un formulario para clientes potenciales cuando el usuario interactúa con el anuncio.

Ofertas

Las ofertas son descuentos que puedes compartir con tus clientes en Facebook. Puedes diseñar un anuncio sobre oferta para que se muestre como una imagen, un video o una secuencia.

Interacción con una publicación

La mayoría de las publicaciones de páginas de Facebook pueden promocionarse para obtener más Me gusta, comentarios, contenido compartido y visualizaciones de foto



INSTAGRAM

Anuncios con foto

Cuenta tu historia en un espacio creativo, sencillo y atractivo. Las fotos pueden mostrarse en formato cuadrado u horizontal.

* Anuncios con video

Los anuncios con video ofrecen la misma experiencia visual envolvente que los anuncios con foto de Instagram, con el valor añadido de que las imágenes tienen sonido y movimiento. Además, ahora puedes compartir videos de hasta 60 segundos en formato cuadrado u horizontal.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Anuncios por secuencia

Consigue que tus campañas sean más completas con anuncios que permiten a las personas deslizar el dedo para ver varias fotos o videos.

Anuncios en Stories

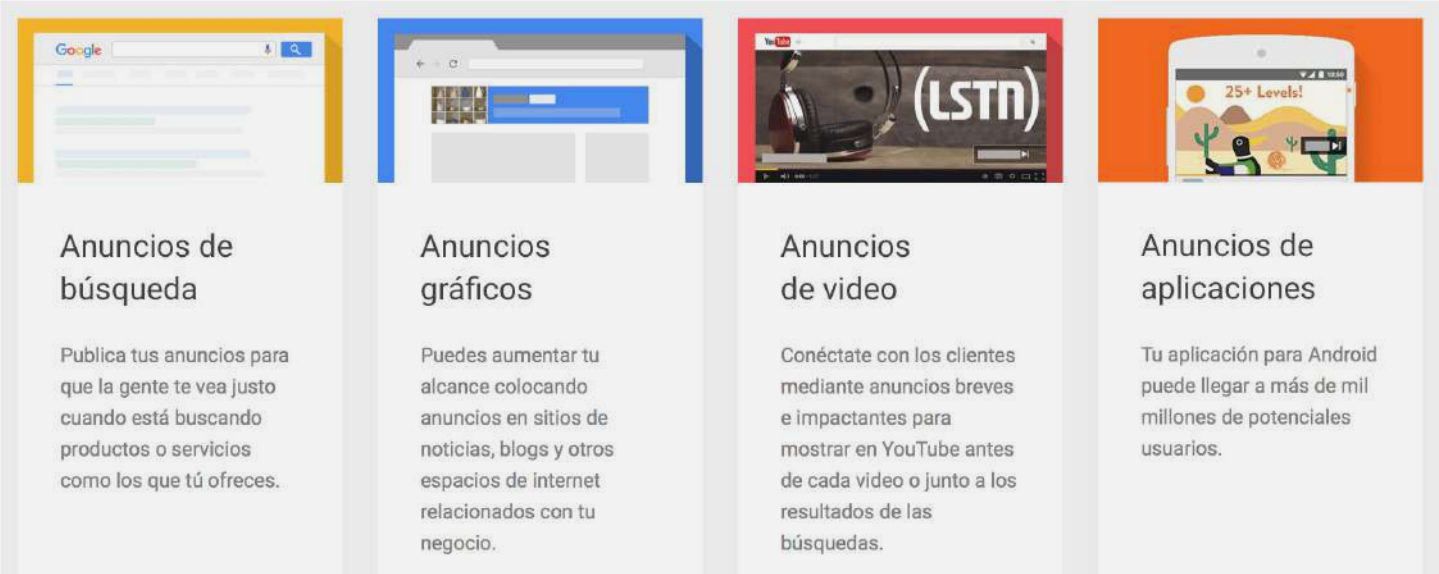
Complementa el contenido de tu sección de noticias con anuncios en Instagram Stories. Conéctate con más de 300 millones de cuentas que usan las historias cada día. Obtén más información sobre los anuncios de Instagram Stories y las especificaciones en https://business.instagram.com/a/storiesads

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Google AdWords

Llega a los clientes potenciales que estén en un radio de varios kilómetros alrededor de tu negocio, o bien publica tus anuncios en determinadas regiones o países. Con AdWords, tú eres quien decide.

TIPOS DE ANUNCIOS EN GOOGLE ADWORDS



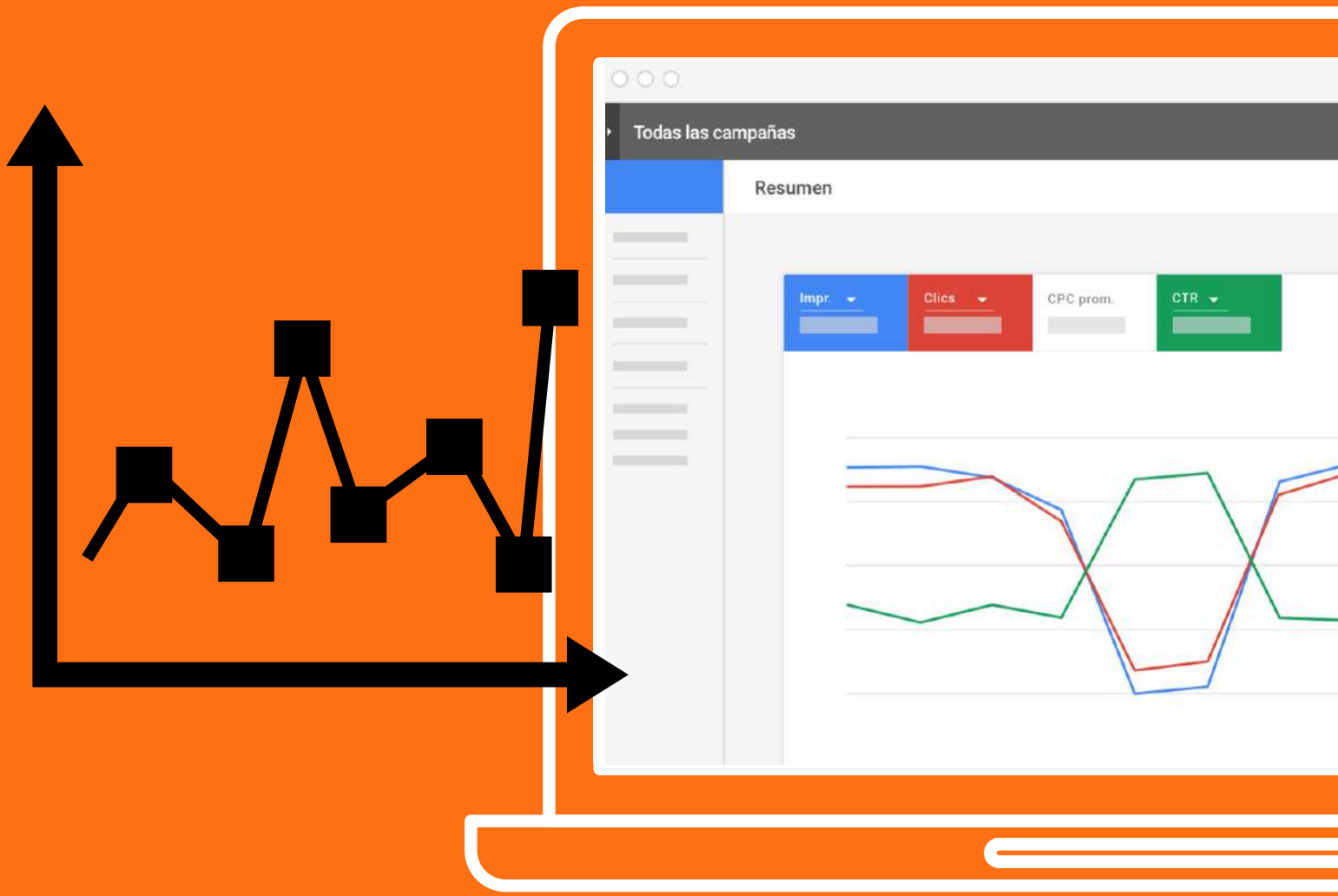
Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#6 Opciones para Promocionar tu Negocio con Anuncios Pagados

Si deseas tener más visitas en tu sitio web, aumentar las ventas online, recibir más llamadas o incentivar a tus clientes a regresar, Google AdWords es una muy buena opción para ayudarte a conseguir esos objetivos.

SÓLO PAGA POR LOS RESULTADOS QUE RECIBES

Si no te visitan, no pagas. Registrarse en Google AdWords es gratis. Y sólo pagarás cuando hagan clic para ir a tu sitio web o para llamarte por teléfono. Es decir, cuando tu publicidad sea exitosa.

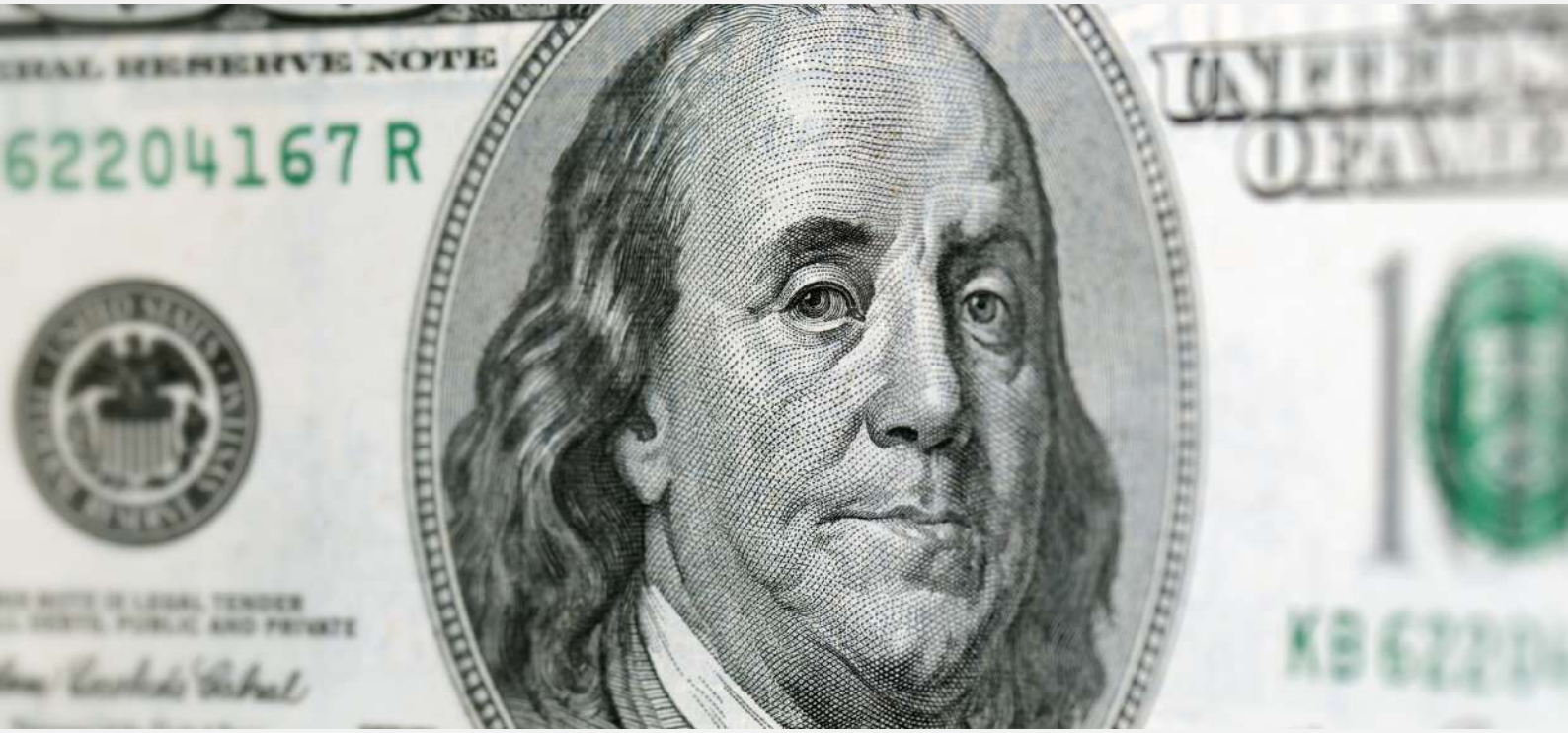




SECRETO#7

Métricos para medir el éxito de tu estrategia de marketing en internet

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



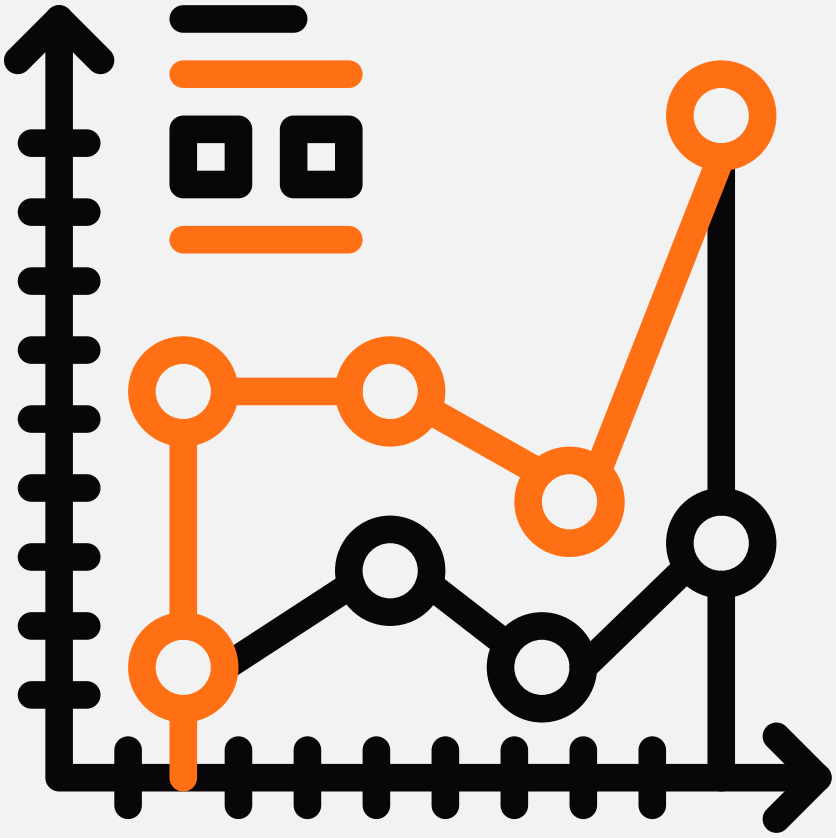
¡EL MÉTRICO NÚMERO UNO ES: DINERO!

Todos los que tenemos un negocio entendemos que lo más importa para tener un negocio financieramente saludable es contar con un buen flujo de efectivo, para eso hay que tener buenas ventas.

No importa cuanto tráfico lleves a tu sitio web, ni cuantos seguidores tienes en las redes sociales, ni cuantas personas han visto alguno de tus videos, sino tienes la estructura en tu negocio para convertir ese tráfico en clientes.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

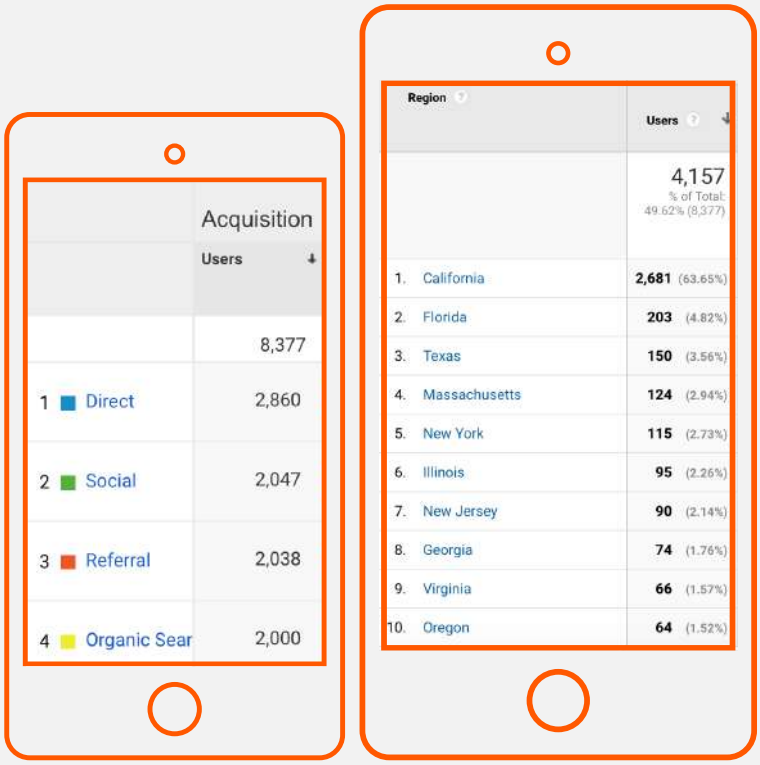
SECRETO#7 Métricos para medir el éxito de tu estrategia de marketing en internet



Claro que entre más visibilidad tengas, mayor es la probabilidad de vender tus productos/servicios en especial si todo ese tráfico que estas generando es tu Mercado Meta. Ya hemos hablado en esta guía que todo eso es posible con el uso del Internet como herramienta de negocio.

En esta sección, les compartiré algunas de las herramientas que puedes utilizar para ir midiendo tus avances. Lo que más me gusta de la oportunidad que tenemos de promocionar nuestros negocios en Internet es que podemos hacer cambios y en horas ver si los cambios están funcionando o no. En unos negocios es más rápido que en otros por la naturaleza de la industria pero en ninguno tienes que esperar 30-60-90 días para ver que sirve y que no.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Google Analytics

GOOGLE ANALYTICS

Google Analytics es un servicio sin costo que te permite tener acceso a información súper valiosa para mejorar tu estrategia de marketing en Internet. Puedes ver cuantas visitas fueron directas, cuantas vinieron de las redes sociales, cuantas de referidos, etc.

- Puedes ver de que áreas geográficas llegó el tráfico a tu sitio web.

- Toda esa información te ayuda a confirmar que tu estrategia de marketing en Internet va en la dirección correcta.

SECRETO#7 Métricos para medir el éxito de tu estrategia de marketing en internet



- Saber de que navegador están viniendo las visitas a tu sitio web es clave, ya que con esa información puedes definir gran parte de tu estrategia de marketing.

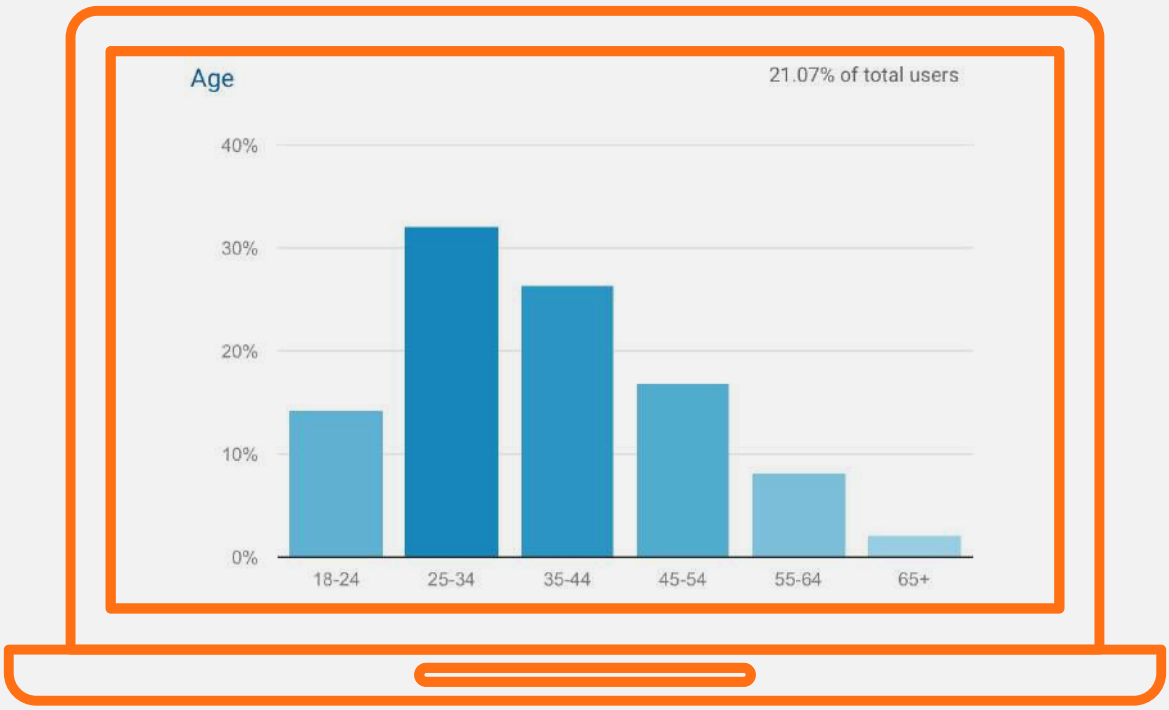
- Lo mismo sucede con el tráfico que viene de los teléfonos inteligentes. Todo en el mundo del marketing digital tiene que ver con estrategia. El que tenga la mayor habilidad para procesar información es el que tendrá mayor éxito en el mercado. Por eso la importancia de tener acceso a métricos de valor.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

Imagina que tienes acceso a la edad y género de las personas que visitan tu sitio. Con Google Analytics puedes lograrlo.
Lo mejor de Google Analytics es que no tiene costo.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#7 Métricos para medir el éxito de tu estrategia de marketing en internet



Del tráfico que recibes puedes ver la lista de los productos/servicios que tus visitantes están ya casi listos para comprar. En el caso de HISCEC esa información es valiosa para tratar de tener más empresas que ofrezcan algunos de esos servicios o productos.

Cuando tu empresa comienza a internacionalizarse, como en el caso de HISCEC, puedes ver de que país y estados dentro de ese país te están visitando. En el caso de HISCEC, recibimos visitas mensuales desde México. Con Google Analytics podemos ver que cantidad y de donde. Todo ese tráfico que recibimos de México es orgánico así que para nosotros es muy interesante ver ese dato, más ahora que estamos a punto de tener mayor presencia en ese país.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

SECRETO#7 Métricos para medir el éxito de tu estrategia de marketing en internet

Sessions	Pageviews
13,919	25,292
% of Total: 100.00% (13,919)	% of Total: 100.00% (25,292)

Session Duration	Sessions	Pageviews
0-10 seconds	8,240	8,828
11-30 seconds	417	893
31-60 seconds	2,174	4,477
61-180 seconds	1,301	2,948
181-600 seconds	818	2,428
601-1800 seconds	725	2,881
1801+ seconds	244	2,837

Puedes medir también el tiempo que pasan en tu sitio web, que páginas visitan, que redes sociales te están llevando más tráfico, como navegan en tu sitio los visitantes, entre otras cosas de valor.

En las redes sociales, también puedes medir el compartamiento de tu audiencia, sus caracteristicas y demás. Te mostramos con algunas de las plataformas que hablamos en esta guía.

Así que no esperen más e instalen inmediatamente Google Analytics en su sitio web.

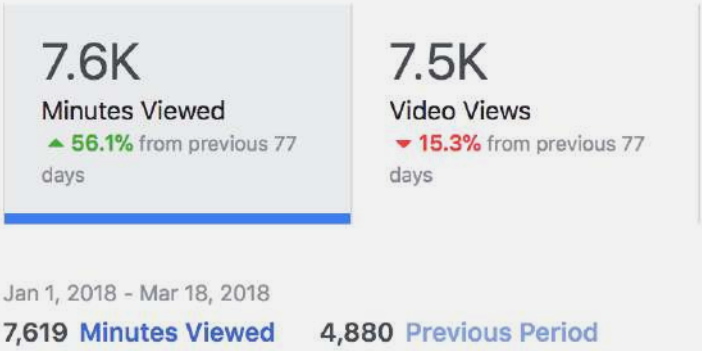
Si están corriendo anuncios en Google AdWords también les recomendamos que conecten Google Analytics con su cuenta en AdWords para que tengan acceso a información que será de valor para ustedes.

FACEBOOK

Una vez que has creado tu página de negocios en Facebook, te recomendamos que estés monitoreando constantemente la página de métricos que te ofrece Facebook para que veas si con tus contenidos estás llegando al segmento meta de interés para tu empresa.

Como pueden ver, hay similitudes en cuanto a la edad de la mayoría de los seguidores en Facebook de HISCEC y los que visitan el sitio web de la organización. Podemos también observar la cantidad total de seguidores que la empresa tiene en Estados Unidos, México y Puerto Rico en tercer lugar.

Podemos observar cuántos minutos han invertido varios de los seguidores de la página en ver videos. Incrementaron los minutos pero disminuyó en 15% el total de vistas. Oportunidad para hacer ajustes en el nuevo trimestre.



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

INSTAGRAM

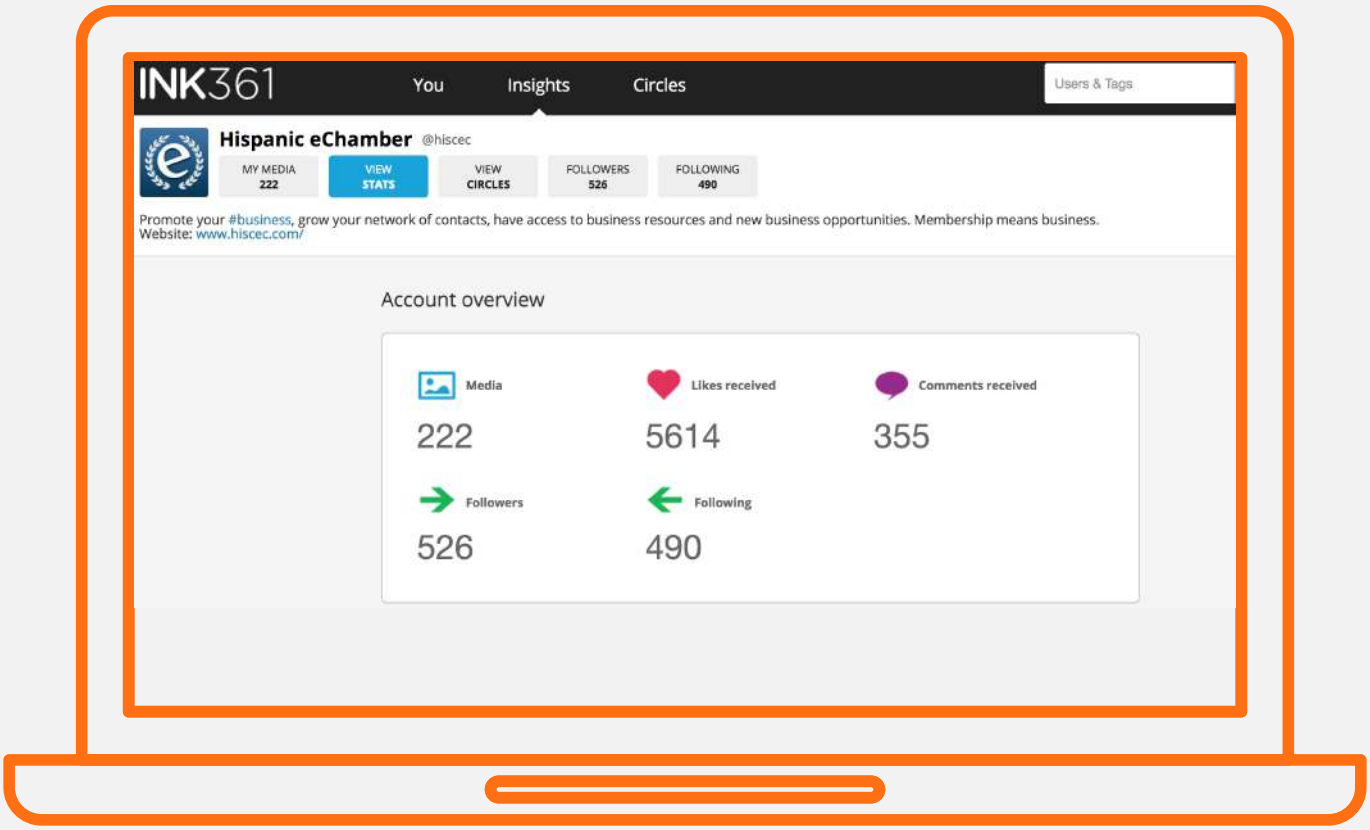
La página de negocios de Instagram también ofrece acceso a datos de valor. Desde la edad, lugar donde están tus seguidores, la hora en que tus seguidores están más activos, entre otros métricos importantes.



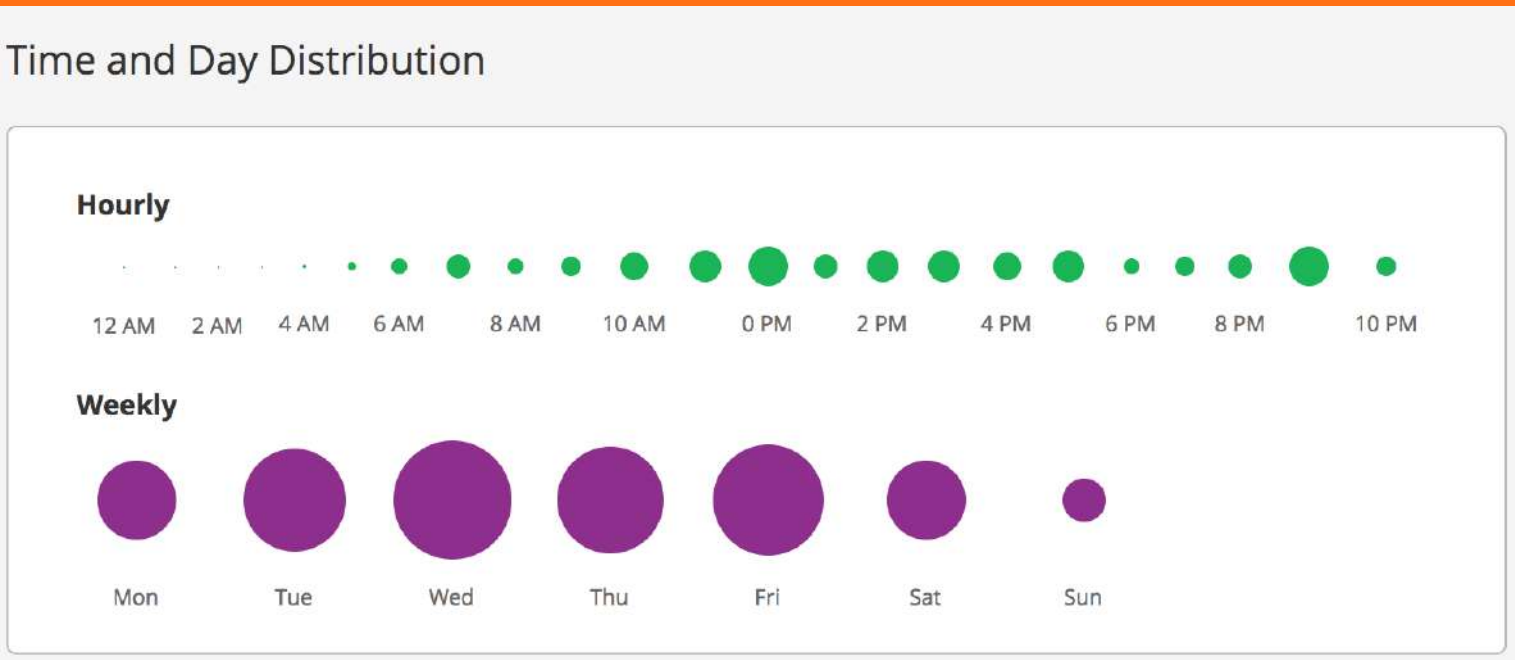
SECRETO#7 Métricos para medir el éxito de tu estrategia de marketing en internet

Una herramienta que nos gusta para el monitoreo de resultados en Instagram se llama INK361. Pueden registrarse sin costo en **http://www.ink361.com.**

Una vez que han creado su cuenta, tendrán acceso a estadísticas relacionadas con el número total de "Me Gusta", comentarios, la lista de los seguidores, entre otros métricos de valor.



Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



La mejor hora del día y la distribución.

Información valiosa para cualquier campaña promocional en Instagram.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



Nuevamente te doy un millón de gracias por haber comprado tu membresía con la **Cámara Hispana de Comercio Electrónico.** Haremos nuestro mejor esfuerzo para que mantengas la membresía activa por el mayor tiempo que sea posible.

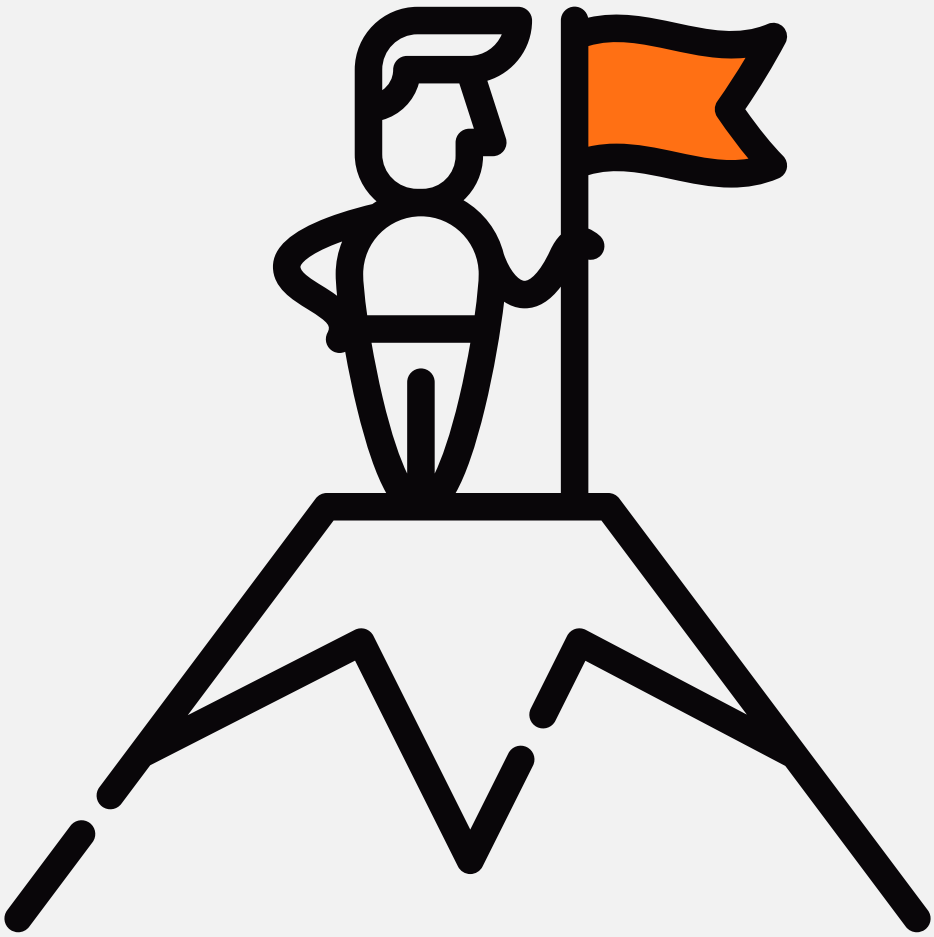
Como parte de los beneficios de la membresía puedes ser parte del grupo privado en Facebook que se llama

"HISCEC ~ Marketplace"

Te invitamos a que te unas, te presentes y comiences a hacer contactos de negocios con otros miembros de la organización.

A través del grupo estaremos compartiéndoles noticias, invitación a eventos y más.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**



El mejor de los éxitos con tu negocio.

No hay razón para no utilizar el Internet como herramienta de negocio. Es una ventaja competitiva para ustedes. Como pudieron ver, la mayoría de las herramientas que hay en Internet para los negocios no tienen costo o un costo muy bajo. Y con el Internet no hay límites para tu negocio. Comienza a aprovecharlo para que logres hacer más competitivo tu negocio y puedas generar más ventas.

Comparte tu historia con nosotros, nos encantará compartirla con otros emprendedores y emprendedoras para que se inspiren a tomar acción.

Copyright 2018. Hispanic Chamber of E-Commerce **www.hiscec.com**

HISPANIC CHAMBER
— OF —
e-COMMERCE

¡Es tiempo de hacer negocios!

/HispanicChamberofECommerce
/HISCEC
/HISCEC
/company/hispanic-chamber-of-e-commerce

WWW.HISCEC.COM

