

E-COMMERCE

CÓMO MONTAR UNA TIENDA ONLINE Y QUE VENDA

FACILITADOR DE ENLACES MENCIONADOS EN LAS NOTAS DEL LIBRO.

Capítulo 1. Negocio: online vs. offline.....	2
Capítulo 2. Qué es eso del online	3
Capítulo 3. Cómo atraer clientes hacia lo digital	4
Capítulo 4. Objetivos de la estrategia digital.....	5
Capítulo 5. Cómo crear una marca online.....	6
Capítulo 6. La web	7
Capítulo 7. SEO y content marketing (I).....	9
Capítulo 8. Cómo marcar los precios	11
Capítulo 9. Cómo es la pasarela de pagos ideal	12
Capítulo 10. Personalización y Automatización.....	14
Capítulo 11. Analítica web	15
Capítulo 12. Marketing Legal.....	16
Capítulo 13. Logística para ecommerce.....	18
Capítulo 14. CRM y BB. DD.	19
Capítulo 15. Multicanalidad y Omnicanalidad	20
Capítulo 16. Atención al cliente	21
Capítulo 17. Newsletters.....	22
Capítulo 18. Redes sociales.....	23
Capítulo 19. Influencers	25
Capítulo 20. SEO y Content Marketing (II).....	26
Capítulo 21. Publicidad online	27
Capítulo 22. Venta por marketplaces	28
Capítulo 23. ¡A vender!.....	29

CAPÍTULO 1. NEGOCIO: ONLINE VS. OFFLINE

1. **Un minuto de aquella entrevista:**
https://www.youtube.com/watch?v=YRBa99o_auk
2. **Para los nostálgicos, ya no existe, se ha integrado en Orange:**
<https://internetpasoapaso.com/iniciar-sesion-correo-mixmail/>.
3. **Vía Internet Archive** <http://web.archive.org/>.
4. <https://es.aliexpress.com/>.
5. **Estudio Anual de ecommerce 2020, IAB Spain:**
<https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-ecommerce-2020/>.
6. <https://marketing4ecommerce.net/puntos-de-contacto-en-ecommerce-donde-nos-encuentra-el-cliente/>

CAPÍTULO 2. QUÉ ES ESO DEL ONLINE

1. Para profundizar en la historia de internet:
<https://marketing4ecommerce.net/historia-de-internet/>.
2. *HyperText Markup Language* o Lenguaje de Marcas de Hipertexto, estándar de referencia para hacer páginas web: <https://es.wikipedia.org/wiki/HTML> .
3. *HyperText Transfer Protocol* o Protocolo de Transferencia de Hipertexto, muy esquemáticamente, el protocolo que transforma el código de las webs... desde un código en un disco duro a una web agradable en tu navegador: <https://www.pickaweb.es/ayuda/que-es-http/>.
4. https://es.wikipedia.org/wiki/Web_2.0 .
5. Consumidor, pero también productor de la información:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Prosumidor> .
6. En programación se le llama «beta» a la primera versión completa de un desarrollo, que suele ser inestable y estar en evolución. En esa línea, a nivel digital se le llama *beta* a un proyecto aún sin finalizar del todo.
https://es.wikipedia.org/wiki/Ciclo_de_vida_del_lanzamiento_de_software#Beta .
7. Oculus es su gran apuesta en este sentido:
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/02/03/lifestyle/1612337418_085266.html .
8. Fortnite es un juego donde el usuario tiene un avatar virtual en 3D.
<https://www.epicgames.com/fortnite/>.
9. Animal Crossing es un juego de simulación social también con alta presencia de tecnología 3D. <https://animal-crossing.com/es/>.
10. Second Life fue (es, pues aún existe) un juego con cierta popularidad alrededor de 2010, muy innovador en su enfoque de avatar en 3D, pero que chocó con dispositivos y conectividad aún muy limitada a nivel global:
<https://secondlife.com/>.
11. Hiperrealidad es un concepto de la filosofía posmoderna que se refiere, en lo relacionado con la red, a la idealización de la realidad que hacemos en lo que compartimos, por ejemplo, en redes sociales; otro ejemplo sería el *autotune* en el mundo musical. En la red vivimos una realidad *dopada*: <https://es.wikipedia.org/wiki/Hiperrealidad> .
12. <https://www.elperiodico.com/es/extra/20190205/fortnite-marshmello-mayor-concierto-virtual-historia-7286762>
Imagen vía Whelsko: <https://www.flickr.com/photos/whelsko/33098935988/> .
13. <https://ads.google.com/>.
14. <https://www.facebook.com/business/>.
15. <https://business.twitter.com/>.
16. <https://business.linkedin.com/>.
17. <https://www.tiktok.com/business/>.
18. <https://ads.pinterest.com/>.

CAPÍTULO 3. CÓMO ATRAER CLIENTES HACIA LO DIGITAL

1. <https://www.youtube.com/watch?v=7x4sShxE38>.
2. No entendida solo como anuncios pagados, sino como cualquier tipo de comunicación de marca cuya finalidad última es incrementar el consumo de un producto o servicio: <https://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad> .
3. Gratis en el sentido de que no necesita inversión en publicidad, puesto que no tienes que pagar por visita a Google o a los demás buscadores. El coste, por supuesto, estará en optimizar la web y lograr que sea relevante para los buscadores, y eso es un trabajo retador y permanente.
4. <https://www.europapress.es/portaltic/internet/noticia-importancia-aparecer-primero-google-20111122130943.html> .
5. Aunque como todo en Google, hay muchos más criterios que hacen que tu anuncio aparezca el primero. Se agrupan en un algoritmo conocido como Quality Score o nivel de calidad del anuncio que tiene en cuenta no solo la puja sino el ratio de clics de la campaña o incluso la experiencia de usuario en la página de destino.
<https://support.google.com/google-ads/answer/7050591>.
6. <https://www.aceros-de-hispania.com/>.
7. <https://trends.google.es/>.
8. https://ads.google.com/intl/es_es/home/tools/keyword-planner/.
Tendrás que registrarte en Google Ads para acceder, pero la herramienta es gratuita. En el registro estándar te pedirá la tarjeta de crédito, si quieres evitar esto, sigue estas instrucciones:
<https://www.masterseosem.com/blog/crea-una-cuenta-de-google-ads-gratis-en-5-pasos>.
9. <https://search.google.com/search-console/> .
10. <https://business.google.com/>.

CAPÍTULO 4. OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DIGITAL

1. **Nos acompañan desde los años 60:**
<https://marketing4ecommerce.net/las-4-p-del-marketing-mix-historia-variantes-evolucion/> .
2. <https://www.antevenio.com/blog/2016/10/las-nuevas-4ps-del-marketing-digital/> .
3. <https://blog.hotmart.com/es/4-c-del-marketing/> .
4. <https://www.merca20.com/conoces-las-4-es-de-la-mercadotecnia-la-evolucion-del-mix-de-marketing/> .
5. <https://www.estuma.com/4f-en-el-marketing-digital/> .
6. **Conceptualizado por Richard Ettenson, Eduardo Conrado y Jonathan Knowles** <https://mittum.com/marketing-b2b-evolucionando-el-modelo-de-las-4p/>.
7. <https://laagam.com/pages/transparency> .
8. **Más marketing de atracción, menos marketing de interrupción**
<https://www.40defiebre.com/inbound-vs-outbound-marketing> .
9. **Datos del tercer trimestre de 2020 de usuarios entre 16 y 64 años recogidos en el completo estudio anual Digital 2021 de We Are Social y Hootsuite:**
<https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2021-spain-january-2021-v01> (página 22).
10. **Para más detalle de qué es y cómo analizar tu *buyer persona*:**
<https://marketing4ecommerce.net/que-es-un-buyer-persona/> .
11. <https://www.40defiebre.com/que-es/newsletter> .
12. <https://pickaso.com/2017/consejos-push-notifications> .
13. <https://www.youtube.com/watch?v=A11ddG4qGVM> .
14. https://es.wikipedia.org/wiki/Relaciones_p%C3%BAblicas .
15. https://es.wikipedia.org/wiki/Investigaci%C3%B3n_de_mercados .
16. **Impresión en publicidad digital es cada una de las veces que un anuncio o contenido se carga o *imprime* en el dispositivo de un usuario. Es un sinónimo de impacto publicitario. Un usuario puede recibir más de una vez impresiones de un mismo anuncio. Una de las métricas más habituales en publicidad digital es el CPM o Coste por Mil impresiones.**
17. https://es.wikipedia.org/wiki/Costo_por_mil .
18. **Dato sacado del completo estudio que realiza la agencia Flat 101 anualmente, en su edición sobre 2020, con datos de más de 600 tiendas online españolas:**
<https://www.flat101.es/estudio-sobre-la-conversion-en-negocios-digitales-espanoles-2020/>.
19. <https://www.coldhonmorfeo.com/entra-en-nuestro-programa-de-afiliados-morfeo/> .

CAPÍTULO 5. CÓMO CREAR UNA MARCA ONLINE

1. <https://www.fernandezpalacios.com/es/blog/cuales-son-las-marcas-registradas-mas-antiguas-de-europa>.
2. **Coca-Cola se registró en Estados Unidos en 1894:** <http://www.cibepyme.com/minisites/mexico/es/comunicacion/Datos-Curiosos/>.
3. <https://www.boe.es/eli/es/l/2001/12/07/17/con>.
4. https://noticias.juridicas.com/base_datos/Privado/l17-2001.html.
5. **Algunas de las marcas auditivas más conocidas del mundo, incluida la de Iphone:** <https://www.youtube.com/watch?v=HXc6LyqS92o>.
6. **Spot de Pepsi apoyándose en la marca de Coca-Cola para construir la suya propia:** <https://www.youtube.com/watch?v=GyY15Jkkg2A>.
7. **My Dell Hell, artículo en The Guardian que dio inicio a esta crisis de reputación en 2005:** <https://www.theguardian.com/technology/2005/aug/29/mondaymediasection.blogging>.
8. **Análisis del caso Dell, en 2012:** <https://socialmediaunleashed.wordpress.com/2012/07/12/the-dell-hell-case-study-how-to-turn-negative-into-positive/>.
9. **De hecho, aún están disponibles:** https://www.latostadora.com/web/dell_-_hell/285788.
10. <https://www.merca2.es/corte-ingles-si-no-queda-satisfecho-le-devolvemos-dinero/>.
11. <https://ecoalf.com/>.
12. <https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-para-crear-logo-online/>.
13. **Sevilla Fútbol Club gana el dominio a Sevilla frutas y Conservas:** https://elpais.com/tecnologia/2005/10/17/actualidad/1129537680_850215.html.
14. <https://www.wipo.int/portal/es/>.
15. **La Audiencia de Burgos condena a una empresa por utilizar la marca de un competidor como metaetiqueta en Google, en 2013:** <https://www.20minutos.es/noticia/1999951/0/>.
16. **Una sentencia prohíbe usar marcas de la competencia en anuncios de Google, en 2012:** https://cincodias.elpais.com/cincodias/2012/04/17/empresas/1334829541_850215.html.

CAPÍTULO 6. LA WEB

1. <https://tinder.com/es-ES>.
2. https://es.wikipedia.org/wiki/World_Wide_Web.
3. https://es.wikipedia.org/wiki/Navegador_web.
4. https://es.wikipedia.org/wiki/Localizador_de_recursos_uniforme.
5. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2018/eH-buen-fin-2018.pdf>.
6. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/consumer-business/2019/Comercio-Electronico.pdf>.
7. https://abspain.es/wp-content/uploads/2019/07/estudio-ecommerce-iab-2019_vcorta.pdf.
8. <https://business.trustedshops.es/lp/observatorio-habitos-ecommerce-2019/>.
9. <https://www.thinkwithgoogle.com/marketing-strategies/app-and-mobile/mobile-shoppers-consumer-decision-journey/>.
10. **Páginas Amarillas anunció en 2021 que dejaba de publicar en papel para centrarse en su formato digital en** www.paginasamarillas.es :
<https://www.elcomercio.es/sociedad/paginas-amarillas-dejan-de-editarse-impresas-20210312131949-nt.html>.
11. **Entrevista a los youtubers Lucas y Verónica en El podcast de Marketing Online de Joan Boluda**
https://www.ivoox.com/1184-youtubers-lucas-veronica-audios-mp3_rf_30253076_1.html.
12. https://es.wikipedia.org/wiki/Dise%C3%B1o_web_adaptable.
13. https://es.wikipedia.org/wiki/Sistema_de_gesti%C3%B3n_de_contenidos.
14. <https://www.sap.com>.
15. <https://www.bp.com/>.
16. <https://www.bowencraggs.com/Bowen-Craggs-Index/Top-30>.
17. <https://www.nike.com/>.
18. <https://www.zalando.es/>.
19. <https://www.marca.com>.
20. <http://www.elmundo.es>.
21. <https://seths.blog/>.
22. <https://blog.lacaixa.es/#>.
23. <https://www.forocoches.com/>.
24. <https://www.facebook.com/>.
25. <https://www.linkedin.com/>.
26. <https://slidesgo.com/es/>.
27. <https://es.wikipedia.org/wiki/PHP>.

28. <https://es.wikipedia.org/wiki/HTML>.
29. <https://www.xataka.com/basics/fin-soporte-flash-player-que-significa-que-pasa-a-partir-ahora>.
30. <https://hostingvictory.com/es/mejores/dominio-hosting/>.
31. <https://www.godaddy.com/es-es>.
32. <https://www.ionos.com/>.
33. <https://www.hostinger.es/>.
34. <https://www.arsys.es/>.
35. <https://es.wordpress.org/>.
36. https://w3techs.com/technologies/overview/content_management.
37. <https://trends.builtwith.com/shop>.
38. https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_abierto.
39. <https://es.wordpress.org/plugins/woocommerce/>.
40. <https://trends.builtwith.com/shop/country/Spain>.
41. <https://www.prestashop.com/es>.
42. <https://www.shopify.es/>.
43. <https://marketing4ecommerce.net/adobe-compra-magento/>.
44. <https://magento.com/>.
45. <https://www.palbin.com/>.
46. <https://www.logicommerce.com/>.
47. <https://www.genbeta.com/desarrollo/headless-cms-que-que-se-diferencian-tradicionales>.
48. <https://vtex.com/es-es/>.
49. <https://www.salesforce.com/es/products/commerce-cloud/overview/>.
50. <https://marketing4ecommerce.net/cms-para-ecommerce/>.
51. <https://www.drupal.org/>.
52. <https://www.joomla.org/>.
53. https://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad_de_la_capa_de_transporte. y https://es.wikipedia.org/wiki/Certificado_web.
54. <https://www.confianzaonline.es/>.
55. <https://ecommercetrustmark.eu/>.
56. <http://www.chambertrust.org/>.

CAPÍTULO 7. SEO Y CONTENT MARKETING (I)

1. Estudio sobre conversión en negocios digitales en España (Flat 101, diciembre 2020) <https://marketing4ecommerce.net/claves-de-la-conversion-en-negocios-digitales-en-espana-flat101/>.
2. Datos de Statcounter Global Stats referidos a 2020. <https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/spain/#monthly-202001-202012-bar>.
3. El SEO para aplicaciones móviles es conocido como ASO (App Store Optimization): https://es.wikipedia.org/wiki/App_store_optimization
4. <https://www.sistris.es/blog/lo-que-sabias-sobre-ctr-y-google/#:~:text=La%20tasa%20media%20de%20clicks,promedio%20del%20%2C5%25>.
5. <https://marketing4ecommerce.net/claves-de-la-conversion-en-negocios-digitales-en-espana-flat101/>.
6. <https://trends.google.es/trends/>.
7. https://ads.google.com/intl/es-419_pe/home/tools/keyword-planner/. Necesitarás crear una cuenta en Google Ads (es gratuita).
8. Se le llama *meta* a cosas que se introducen en el código de una web pero que no están pensadas para aparecer en la propia web sino *fuera*, en este caso en Google: <https://romualdfons.com/que-es-el-meta-title/>.
9. De alternativo. Nació y sigue funcionando como un recurso que favorece la accesibilidad de las webs para personas con problemas de visión (y que usan programas que les leen las webs) y para conexiones de internet tan bajas de velocidad que no llegan a cargar correctamente las imágenes. <https://es.semrush.com/blog/atributo-alt-accesibilidad-contenidos/>.
10. <https://yoast.com/research/real-time-content-analysis/>.
11. <https://www.mifarma.es/colageno-y-magnesio-formato-familiar-450-comprimidos-ana-maria-lajusticia>.
12. https://retina.elpais.com/retina/2017/06/30/innovacion/1498806814_870649.html.
13. De hecho lo hacen oficialmente desde el 21 de abril de 2014, ahí es nada: <https://marketing4ecommerce.net/cmo-afectar-el-cambio-del-algoritmo-google-a-tu-posicionamiento-seo/>.
14. <https://developers.google.com/amp>.
15. <https://es.godaddy.com/blog/que-es-y-como-funciona-la-compresion-gzip/>.
16. <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/>.
17. <https://marketing4ecommerce.net/herramientas-para-medir-la-velocidad-de-carga-de-tu-web/>.
18. <https://moz.com/learn/seo/domain-authority>.
19. **Sistris:** <https://www.sistris.es/> ; **Ahrefs:** <https://ahrefs.com/es/> ; **Semrush:** <https://semrush.com/>.

20. https://es.wikipedia.org/wiki/Mapa_de_sitio_web.

21. Aprovechar el blog para posicionarnos por muchas búsquedas que quizá tengan poco volumen de búsqueda, una a una, pero todas juntas suponen muchas búsquedas, muy centradas en nuestro negocio
https://es.wikipedia.org/wiki/Larga_cola.

CAPÍTULO 8. CÓMO MARCAR LOS PRECIOS

1. <https://es.louisvuitton.com/>
2. <https://www.lacoste.com/>
3. <https://www.hunterboots.com/>.
4. www.martaflores.com.
5. www.escarapela-online.com.
6. www.santafixie.com.
7. www.hawkersco.com.
8. <https://marketing4ecommerce.net/las-mejores-herramientas-de-monitorizacion-de-precios/>.
9. <https://marketing4ecommerce.net/estrategia-de-precios-en-un-mercado-multicanal-retos-ante-un-cambio-de-escenario/>.
10. https://es.wikipedia.org/wiki/Ladrillos_y_clicks.
11. https://es.wikipedia.org/wiki/Margen_de_beneficio.
12. <https://es.muroexe.com/pages/por-que-vale-lo-que-vale>.
13. <https://es.onthatass.com/>.
14. <https://www.muchachomalo.com/>.
15. <https://www.sdelsol.com/>.

CAPÍTULO 9. CÓMO ES LA PASARELA DE PAGOS IDEAL

1. https://es.wikipedia.org/wiki/C%C3%B3digo_de_seguridad_de_tarjetas_de_cr%C3%A9dito.
2. <https://www.paypal.com/es/business>.
3. <https://marketing4ecommerce.net/herramientas-financiacion-pago-aplazado-ecommerce/>.
4. https://es.wikipedia.org/wiki/Punto_de_conveniencia.
5. <https://bizum.es/metodo-de-pago-online/>.
6. <https://marketing4ecommerce.net/en-ecommerce-un-checkout-en-4-pasos-convierte-mas-que-en-solo-uno-flat101/>.
7. <https://marketing4ecommerce.net/ecommerce-un-checkout-pasos-convierte-mas-que-en-solo-uno-flat101/>.
8. <https://marketing4ecommerce.net/comprar-en-amazon/>.
9. <https://www.confianzaonline.es/>.
10. <https://www.ecommerce-europe.eu/ecommerce-europe-trustmark/>.
11. <https://marketing4ecommerce.net/ecommerce-awards/>.
12. <https://www.blueknow.com/es/>.
13. <https://connectif.ai/>.
14. <http://www.redsys.es/>.
15. **En este artículo se detallan más de quince plataformas avanzadas:**
<https://marketing4ecommerce.net/top-pasarelas-de-pago-las-mejores-opciones-para-gestionar-tus-ventas-online/>.
16. <https://www.sepaesp.es/sepa/es/>.
17. <https://gocardless.com/es-es/>.
18. https://es.wikipedia.org/wiki/Directiva_de_Servicios_de_Pago.
19. <https://www.infoautonomos.com/autonomos-espana-ley/autenticacion-reforzada-cliente-sca/>.
20. <https://monei.com/es/blog/psd2-and-strong-customer-authentication-sca-explained/>.
21. <https://marketing4ecommerce.net/como-ha-afectado-la-psd2-al-ecommerce-espanol-la-opinion-de-los-expertos/>.
22. <https://www.multibanco.pt/>.
23. **La versión móvil de Multibanco:** <https://www.mbway.pt/>.
24. <https://www.cartes-bancaires.com/>.
25. <https://danskebank.dk/en/personal/products/cards/visadankort>.
26. <https://www.klarna.com/sofort/>.
27. <https://www.giropay.de/>.
28. <https://www.ideal.nl/en/>.

29. <https://www.bancontact.com/en>.
30. <https://www.ing.be/en/retail/daily-banking/e-banking/homepay>.
31. <https://www.eps-ueberweisung.at/>.
32. <https://www.przelewy24.pl/>.
33. <https://www.postfinance.ch/en/private.html>.
34. <https://www.openpay.mx/>.
35. <https://www.mercadopago.com.ar/link-de-pago-plugins-y-plataformas-checkout#benefits-checkout>.
36. <https://en.wikipedia.org/wiki/Boleto>.
37. <https://intl.alipay.com/>.

CAPÍTULO 10. PERSONALIZACIÓN Y AUTOMATIZACIÓN

1. <https://www.barrabes.com>.
2. <https://connectif.ai/>.
3. <https://marketingplatform.google.com/intl/es/about/optimize/>.
4. <https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-personalizacion-de-ecommerce/>.
5. <https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-marketing-automation-en-ecommerce-2019/>.
6. **Listado de herramientas de este vertical en Marketing4eCommerce:**
<https://marketing4ecommerce.net/top-herramientas-notificaciones-push/>.
7. **Herramientas de envío de SMS:** <https://marketing4ecommerce.net/top-15-las-mejores-herramientas-de-envio-de-sms/>.
8. **Herramientas de creación de páginas de aterrizaje:**
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-para-crear-landing-pages/>.
9. **Herramientas de chat para ecommerce:**
<https://marketing4ecommerce.net/herramientas-de-chat-atencion-cliente/>
y de chatbot:
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-chatbot-ecommerce/>.

CAPÍTULO 11. ANALÍTICA WEB

1. <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>.
2. <https://analytics.google.com/>.

CAPÍTULO 12. MARKETING LEGAL

1. <https://lssi.mineco.gob.es>.
2. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2007-20555>.
3. **Ejemplo de códigos de conducta publicitaria por sectores de Autocontrol:**
<https://www.autocontrol.es/codigos-de-conducta/>.
4. <https://lookup.icann.org/>.
5. **Ley Orgánica de Protección de Datos Personales y Garantía de los Derechos Digitales, de 2018:**
<https://www.boe.es/boe/dias/2018/12/06/pdfs/BOE-A-2018-16673.pdf>.
6. <https://www.listarobinson.es/>.
7. [https://es.wikipedia.org/wiki/Cookie_\(informática\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Cookie_(informática))
8. <https://www.aepd.es/sites/default/files/2020-07/guia-cookies.pdf>
9. **Ante las críticas por invasión de la privacidad de las cookies de terceros, los principales *players* del sector tecnológico están avanzando hacia la desaparición de ese tipo de cookies. En todo caso, aunque se hable de un entorno «sin cookies», no es realmente sin cookies, sino que es solo *sin cookies de terceros*. En resumen: el mensaje que mencionamos puede variar, pero es el que la ley obliga y, aunque puede variar, no es previsible que desaparezca.**
10. **Listado actualizado de países adecuados, según la AEPD:**
<https://www.aepd.es/es/derechos-y-deberes/cumple-tus-deberes/medidas-de-cumplimiento/transferencias-internacionales>.
11. **Página oficial del Privacy Shield del Gobierno de Estados Unidos:**
<https://www.privacyshield.gov/>.
12. <https://www.genbeta.com/seguridad/aepd-dice-que-no-hace-falta-aceptar-cookies-directamente-basta-seguir-navegando>.
13. **Estos datos son un ejemplo, recuerda que debes poner los datos de contacto de tu empresa.**
14. <https://www.aepd.es/sites/default/files/2019-09/guia-analisis-de-riesgos-rgpd.pdf>.
15. <https://www.agpd.es/portalwebAGPD/canaldocumentacion/publicaciones/common/Guias/2018/AnalisisDeRiesgosRGPD.pdf>.
16. **Radiografía de las multas impuestas por este tema en España:**
https://cincodias.elpais.com/cincodias/2021/02/12/legal/1613145940_921270.html.
17. **Caso real de multa a una empresa por uso indebido de WhatsApp:**
<https://www.aepd.es/es/documento/ps-00388-2015.pdf>.
18. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1988-26156>.
19. <https://www.20minutos.es/videojuegos/noticia/anuncio-playstation-error-413878/0/>.

20. **La PlayStation 3, a 56,95 euros por error**
<https://www.20minutos.es/videojuegos/noticia/anuncio-playstation-error-413878/0/>.
21. **Las Olympus de 30 euros de El Corte Inglés**
<https://www.pixelydixel.com/2008/02/las-olympus-de-30-euros-de-el-corte-ingles.html>.
22. **Una mujer compra un coche de lujo al 20 % de su coste real por una errata en un folleto**
https://elpais.com/diario/2005/09/29/madrid/1127993057_850215.html.
23. **9200 euros de multa para una tienda online que se negó a entregar un producto argumentando un «error tipográfico» en su precio**
<https://www.facua.org/es/noticia.php?id=3651>.
24. https://es.wikipedia.org/wiki/Protocolo_seguro_de_transferencia_de_hipertexto.
25. https://es.wikipedia.org/wiki/Seguridad_de_la_capa_de_transporte.
26. <https://www.incibe.es/>.
27. <https://www.incibe.es/protege-tu-empresa/sellos-confianza/web>.

CAPÍTULO 13. LOGÍSTICA PARA ECOMMERCE

1. **Esta estafa existió en realidad:** <https://www.diariocordoba.com/sociedad/2011/01/11/vendia-moviles-enviaba-piedras-libros-37838420.html>.
2. **Amazon en sus almacenes hace una clara apuesta por la automatización, por ejemplo:** <https://marketing4ecommerce.net/robots-logisticos-de-amazon/>.
3. **Seur, por poner un ejemplo:**
<https://www.seur.com/es/empresas/servicios-disponibles/seurfrio/>.
4. <http://www.mobelservices.com/> **por ejemplo.**
5. **Un proveedor bastante avanzado en este sentido es Qapla, que permite soluciones avanzadas de tracking y realizadas como la marca:**
<https://www.qapla.it/es/>.
6. **Como el servicio de Amazon Fresh, por ejemplo, que entrega en lapsos de 2 horas en el mismo día del pedido:**
<https://marketing4ecommerce.net/que-es-amazon-fresh/>.
7. **Es el conocido como Quick Commerce. Proveedores como Glovo están trabajando ya en tiempos de entrega menores a una hora de media:**
<https://marketing4ecommerce.net/glovo-a-fondo-empujando-el-quick-commerce-con-sacha-michaud/>.
8. <https://www.ocu.org/consumo-familia/compras-online/consejos/retrasos-compra-online>.
9. <https://blog.seur.com/puntos-de-conveniencia-evolucion-y-penetracion-en-espana/>.
10. **GLS Spain, por ejemplo, cuenta ya con más de 4000 puntos de entrega de este estilo:**
<https://marketing4ecommerce.net/gls-spain-y-confederacion-espanola-de-comercio-se-alian-para-conseguir-que-miles-de-negocios-se-conviertan-en-puntos-de-conveniencia/>.
11. <https://www.delibertyprimemailbox.com/>.
12. **Devoluciones en ecommerce: cómo gestionarlas correctamente:**
<https://www.apd.es/devoluciones-del-ecommerce-gestionarlas-correctamente/>.
13. <https://www.sendcloud.es/consejos-para-tu-politica-de-devoluciones-en-e-commerce/>.
14. <https://www.bigbuy.eu/>.
15. <https://marketing4ecommerce.net/el-corte-ingles-redisena-red-de-distribucion-para-convertirse-en-partner-logistico-de-grandes-marcas-y-luchar-contra-amazon/>.
16. **En este artículo se listan más de 30 proveedores:**
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-empresas-logistica-para-ecommerce/>.

CAPÍTULO 14. CRM Y BB. DD.

1. <https://www.puromarketing.com/53/13504/lograr-cliente-nuevo-veces-caro-retener-antiguo.html>.
2. <https://www.aepd.es/es/informes-y-resoluciones/resoluciones>.
3. <https://docs.google.com/forms/u/0/>.
4. <https://www.jotform.com/es/>.
5. <https://leadformly.com/>.
6. <https://www.zoho.com/es-xl/forms/>.
7. <https://www.typeform.com/es/>.
8. <https://www.sailthru.com/marketing-blog/written-customer-acquisition-vs-retention-infographic/>.
9. **En este artículo se detallan más de 20 herramientas:**
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-de-crm-mejorar-gestion/>.
10. <https://www.sugarcrm.com/es/>.
11. <https://www.agilecrm.com/es/>.
12. <https://www.zoho.com/es-xl/crm/>.
13. <https://www.bitrix24.es/>.
14. <https://www.hubspot.es/products/crm>.

CAPÍTULO 15. MULTICANALIDAD Y OMNISCANALIDAD

1. <https://www.splio.com/es/>.
2. <https://www.wappingweb.com/>.
3. https://en.wikipedia.org/wiki/Customer_data_platform.
4. **Para ampliar más información sobre los Modelos de Atribución te recomendamos el siguiente video:**
<https://www.youtube.com/watch?v=fMeZN7M1NLA>
y artículo <https://marketing4ecommerce.net/que-son-los-modelos-de-atribucion-y-por-que-el-last-click-no-es-suficiente/>.

CAPÍTULO 16. ATENCIÓN AL CLIENTE

1. **Listado completo de herramientas de chat para ecommerce**
<https://marketing4ecommerce.net/herramientas-de-chat-atencion-cliente/>.
2. **Listado completo de herramientas de chatbot:**
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-chatbot-ecommerce/>.

CAPÍTULO 17. NEWSLETTERS

1. **Según un estudio de la DMA (Data & Marketing Association) en Estados Unidos en 2016:** <https://www.emarketer.com/Article/Email-Outperforms-Social-Media-Paid-Search-ROI/1014905>.
2. **Palabras Spam:** <https://marketing4ecommerce.net/como-evitar-las-spam-words/>.
3. **Artículo con más de 15 herramientas de referencia para generar páginas de aterrizaje:**
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-para-crear-landing-pages/>.
4. **Y aquí te dejamos un listado completo de las principales herramientas del mercado:**
<https://marketing4ecommerce.net/herramientas-de-email-marketing/>.
5. <https://mailchimp.com/es/>.
6. <https://mailrelay.com/es/>.
7. <https://www.mdirector.com/>.
8. <https://es.sendinblue.com/>.
9. <https://es.mailjet.com/>.

CAPÍTULO 18. REDES SOCIALES

1. <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2020/>.
2. <https://iabspain.es/estudio/estudio-anual-de-ecommerce-2020/>.
3. <https://www.whatsapp.com/business/>.
4. <https://marketing4ecommerce.net/catalogos-de-productos-en-whatsapp-la-app-se-acerca-mas-al-ecommerce/>.
5. <https://marketing4ecommerce.net/carritos-de-la-compra-en-whatsapp/>.
6. <https://marketing4ecommerce.net/whatsapp-pay-sale-por-fin-de-india-indonesia-sera-el-segundo-mercado-en-probarla/>.
7. <https://marketing4ecommerce.net/asi-son-los-usuarios-de-redes-sociales-en-espana-the-social-media-family/>.
8. <https://es-es.facebook.com/business/pages>.
9. <https://www.esdelatino.com/9-de-los-mejores-grupos-de-facebook-que-hemos-visto/>.
10. <https://marketing4ecommerce.net/cual-es-el-alcance-organico-de-las-paginas-de-facebook-en-espana-y-el-mundo/>.
11. <https://www.facebook.com/business/tools/ads-manager>.
12. <https://produccionaudiovisual.com/produccion-video-digital/duracion-ideal-de-un-video/>.
13. https://es.wikipedia.org/wiki/Mark_Zuckerberg.
14. <https://marketing4ecommerce.net/historia-snapchat-usuarios/>.
15. https://es.wikipedia.org/wiki/S%C3%ADndrome_FOMO.
16. <https://cocosolution.com/cuando-y-como-poner-swipe-up-en-instagram/>.
17. <https://marketing4ecommerce.net/como-vender-en-instagram-shopping-espana/>.
18. <https://faq.whatsapp.com/general/security-and-privacy/end-to-end-encryption/>.
19. https://telegram.org/faq_channels/es.
20. <https://soniadurolimia.com/linkedin-pulse/>.
21. <https://marketing4ecommerce.net/twitter-cierra-vine/>.
22. <https://www.tiktok.com/business/es>.
23. **Requisitos del programa de partners de YouTube:**
<https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=es>.
24. **Requisitos del programa de partners de Twitch:**
<https://www.twitch.tv/p/es-es/partners/>.
25. **Ejemplo de directo de PcComponentes durante Black Friday 2020:**
<https://www.youtube.com/watch?v=1hQoyaleoTU>.
26. <https://marketing4ecommerce.net/que-es-wechat/>.
27. <https://marketing4ecommerce.net/la-red-social-rusa-vkontakte/>.

28. <https://discord.com/>.
29. <https://blog.cabreramc.com/2009/07/08/lidera-tu-tribu-la-propuesta-de-seth-godin-para-la-nueva-era/>.
30. <https://marketing4ecommerce.net/como-vender-en-instagram-shopping-espana/>.
31. <https://metricool.com/es/>.
32. <https://hootsuite.com/es/>.
33. <https://www.facebook.com/business/ads>.
34. <https://business.linkedin.com/es-es/marketing-solutions/message-ads>.

CAPÍTULO 19. INFLUENCERS

1. <https://marketing4ecommerce.net/efecto-groundswell-en-la-epoca-postcoronavirus/>.
2. <https://www.enriquedans.com/>.
3. https://www.youtube.com/channel/UCa3DVIGH2_QhwwuWIPa6MDO.
4. <https://www.krackonline.com/es/dulceida-zapatos/>.
5. <https://www.movistarplus.es/ficha/de-ruben-a-rubius-el-viaje-de-un-virtual-hero>.
6. <https://www.cyberclick.es/que-es/briefing>.
7. **Ya son cuatro las marcas que han retirado los contratos de publicidad con Dani Mateo por su *sketch* con la bandera:**
<https://www.elmundo.es/television/2018/11/05/5bdf46fe5fdeaac458b4642.html>.
8. **Listado completo de herramientas de detección de *influencers*:**
<https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-buscarinfluencers/>.
9. <https://www.heepsy.com/>.
10. <https://es.audiense.com/>.
11. <https://socialblade.com/>.
12. <https://socialpubli.com/>.

CAPÍTULO 20. SEO Y CONTENT MARKETING (II)

1. *Accelerated Mobile Pages*, Páginas móviles aceleradas.
2. *Web Performance Optimization* u Optimización del rendimiento de la web.
3. https://es.wikipedia.org/wiki/Lazy_loading.
4. <https://developers.google.com/speed/pagespeed/insights/?hl=es>.
5. https://es.wikipedia.org/wiki/Red_de_distribuci%C3%B3n_de_contenidos.
6. <https://www.cloudflare.com/es-es/network/>.
7. <https://gtmetrix.com/>.
8. <https://tools.pingdom.com/>.
9. <https://www.webpagetest.org/>.
10. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/estrategias-de-marketing/aplicaciones-y-moviles/descubre-si-la-velocidad-de-carga-web-en-moviles-es-adeuada/>.
11. <https://marketing4ecommerce.net/google-utilizara-los-core-web-vitals-para-clasificar-sus-resultados-de-busqueda/>.
12. <https://es.wikipedia.org/wiki/PageRank>.
13. <https://moz.com/domain-analysis>.
14. <https://ahrefs.com/es/website-authority-checker>.
15. <https://www.youtube.com/watch?v=kxssZRuwYCA>.
16. <https://marketing4ecommerce.net/las-9-mejores-plataformas-de-link-building-para-mejorar-la-autoridad-de-tu-web/>.
17. <https://www.semrush.com/ebooks/state-of-content-marketing/>.
18. <https://pulpomatic.com/es/recursos/ebooks-es/>.
19. <https://blog.pulpomatic.com/blog/tips-de-gesti%C3%B3n-verde-para-la-administraci%C3%B3n-de-tu-flota>.
20. <https://info.splio.com/es/naf-naf-lanza-una-estrategia-de-referencia-de-clientes-con-splio>.
21. <https://recursos.lekue.com/landing/lp-ebook-saca-partido-microondas/>.
22. <https://marketing4ecommerce.net/mejores-herramientas-de-inbound-marketing-automation-all/>.

CAPÍTULO 21. PUBLICIDAD ONLINE

1. Lo llamamos así, como son conocidos popularmente, aunque en la nomenclatura propia de Google, Google Ads son todos sus formatos, y los del buscador son el formato *Anuncio de búsqueda*. Detalle de lo que ingresa Google cada minuto por publicidad: <https://www.lavanguardia.com/vangdata/20150717/54433967965/google-gana-30-000-dolares-cada-minuto.html>.
2. <https://ads.google.com/>.
3. <https://ads.microsoft.com/>.
4. <https://www.google.com/adsense/>.
5. **Más información sobre qué es Google Discover:**
<https://developers.google.com/search/docs/advanced/mobile/google-discover?hl=es>.
6. **Más información sobre qué es un píxel:**
<https://support.google.com/google-ads/answer/2476688>.
7. <https://www.criteo.com/es/products/criteo-dynamic-retargeting/>.
8. <https://www.adroll.com/features/retargeting>.
9. **Otras plataformas del ecosistema de compra programática:**
<https://www.iedge.eu/plataformas-de-publicidad-programatica-dsp-ssp-dmp-javier-garcia>.
10. <https://marketingplatform.google.com/intl/es/about/display-video-360/>.
11. **Más información sobre marketing de afiliación y plataformas para hacerlo:**
<https://aulacm.com/marketing-afiliacion-y-programas-de-afiliados/>.
12. <https://marketing4ecommerce.net/que-son-los-modelos-de-atribucion-y-por-que-el-last-click-no-es-suficiente/>.
13. **Vídeo de Marketing4eCommerce explicando modelos avanzados de atribución:** <https://www.youtube.com/watch?v=fMeZN7M1NLA>.
14. <https://www.google.com/analytics/attribution>.
15. **Más información sobre los parámetros UTM:**
<https://marketing4ecommerce.net/que-son-los-utm/>.

CAPÍTULO 22. VENTA POR MARKETPLACES

1. <https://www.xataka.com/empresas-y-economia/amazon-ya-tiene-mas-de-100-millones-de-miembros-prime>.
2. <https://marketing4ecommerce.net/amazon-aumenta-su-liderato-como-mayor-marketplace-de-espana-tandemup-2020/>.
3. <https://www.amazon.es/gp/help/customer/display.html?nodeId=201552740>.
4. <https://rakuten.es/>.
5. <https://www.ebay.es/>.
6. <https://www.zalando.es/>.
7. <https://www.farfetch.com/es/>.
8. <https://www.tmall.com/>.
9. <https://es.aliexpress.com/>.
10. <https://www.kelkoo.es/>.
11. <https://www.google.es/shopping>.
12. <https://www.rastreator.com/>.
13. <https://marketing4ecommerce.net/nike-abandona-amazon-y-el-gigante-recurre-a-vendedores-externos-para-mantener-la-marca-en-su-marketplace/>.
14. <https://vendorcentral.amazon.es/> y <https://sellercentral.amazon.es/>.
15. <http://cdn-website.cpcstrategy.com/wp-content/uploads/vendor-premium-services.pdf>.
16. <https://www.amazon.es/stores/Teka/page/B40EF4E7-A980-4ED9-895F-65D1B3A5EFC8>.
17. <https://brandservices.amazon.es/>.
18. <https://marketing4ecommerce.net/amazon-aumenta-su-liderato-como-mayor-marketplace-de-espana-tandemup-2020/>.
19. <https://marketing4ecommerce.net/marketplaces-mas-importantes-de-europa/>.

CAPÍTULO 23. ¡A VENDER!