

Vende con webmaker

Introdúctete en el Comercio Electrónico

Índice

1. La importancia del Comercio Electrónico
2. El modelo de negocio
3. ¿Qué necesito?
4. Configurar la venta de productos
5. Proceso de compra para el cliente
6. Recepción de pedidos en nuestra Tienda
7. Configurar la reserva de servicios
8. Marketing Online
9. Aspectos legales
10. Comercio electrónico avanzado

arsys

1. La importancia del Comercio Electrónico

¿Por qué vender en internet? La necesidad de introducirnos en el comercio electrónico y realizar transacciones online **dependerá sobre todo de nuestro tipo de negocio.**

Por ejemplo, un bar, a priori, no tendrá necesidad de que sus servicios se puedan contratar por internet. Y quizá pensemos que nuestro ámbito de actuación es local y no estamos interesados en recibir pedidos para los que no tenemos una logística de envíos preparada. O el tipo de productos o servicios que vendamos necesitan de la elaboración de un estudio previo para elaborar un presupuesto a medida, en cuyo caso, nos basta con contar con un formulario de contacto para que nos puedan llegar solicitudes de información. O quizás nuestra intención inicial al crear una web era solo tener una “tarjeta de presentación” que sirva de escaparate para que nos encuentren clientes potenciales, explicar a qué nos dedicamos y dónde nos pueden encontrar.

En realidad, **desde el momento en que tenemos una página web**, aunque no tengamos configurado un sistema de pago online y solo estemos contando lo que hacemos, **ya estamos vendiendo en internet**: estamos enseñando nuestros productos o servicios y la impresión que causemos a través de la página puede ser decisiva a la hora de atraer a los clientes.

Pero, **ya que hemos conseguido atraer visitantes a nuestra web**, y siempre que las características de nuestro negocio lo permitan, **¿por qué no ir más allá y permitirles comprar y pagar ya un producto o servicio**, en lugar de dejar que se enfríe la toma de decisión y se inste al cliente a acudir a nuestro negocio físico o a llamar en horario de oficina?

El Comercio Electrónico tiene **grandes ventajas** frente al Comercio Tradicional:

- Está **abierto siempre**, 24 horas al día, 7 días a la semana. Nos permite recibir pedidos y reservas en cualquier momento.
- Es accesible desde cualquier parte del mundo. Nos permite **llegar a más clientes y más sitios** que si tuviéramos una red de tiendas físicas y por tanto, nos abre **nuevas oportunidades de negocio**.
- Es un **mercado en expansión**. El Comercio Electrónico creció un 17,4% en 2010, hasta llegar a más de 9.000 millones de euros en España. Cada vez hay más clientes que se animan a comprar por internet, y cada vez gastan más en sus pedidos. Y todavía queda margen de mercado: solo un 43% de los internautas compra por internet, aunque es una cifra que está creciendo día a día. (Datos del ONTSI, Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y la SI, ver <http://www.ontsi.red.es/ontsi/es/estudios-informes>).

- Se puede actualizar en **tiempo real**. Cualquier precio, descripción, disponibilidad... A diferencia de catálogos, folletos, etc., una web se puede cambiar tantas veces como se quiera y con muy poco esfuerzo en el caso de webmaker.
- Puede **diferenciarnos de nuestros competidores**, al aportar un valor añadido que ellos no estén ofreciendo.
- **Es barato y no requiere inversión inicial**: con webmaker Unlimited puedes configurar una pasarela de pagos online con la que recibir pedidos con PayPal.
- **Se complementa con el negocio físico** (si lo tenemos), ya que más de un 60% de los clientes consultan información en internet antes de comprar. A muchos clientes les gusta comparar primero en internet para comprar luego en local (lo que se conoce como "*Research Online, Purchase Offline*": busca online y compra offline) y al contrario, mirar los productos en nuestro negocio físico, pero tomar la decisión y realizar la compra después desde casa (*Research Offline, Purchase Online*).
- **Sus resultados son medibles**. Podemos conocer a la perfección el número de visitas, y las transacciones realizadas, analizar los resultados de la inversión publicitaria y utilizar toda esta información para modificar la información, productos ofertados, etc.

2. El modelo de negocio

El Comercio Electrónico no es tan distinto del mundo físico, y antes de ponernos a vender, es conveniente que nos hagamos una pregunta: ¿Por qué creo que me van a comprar a mí y no a otros competidores? En internet, los competidores están a un clic de distancia, por lo que el factor geográfico no es importante.

Pero tenemos muchas formas de destacar frente a nuestros competidores, incluso cuando se trata de los más grandes:

- Porque vendo **productos exclusivos o no disponibles** en ninguna otra página. Por ejemplo, porque soy un pintor que vendo mis cuadros a través de internet, o el único que vende por internet un alimento típico regional.
- **Por mi servicio posventa y mi atención al cliente.** Especialmente en productos más complejos, que pueden requerir una configuración especial y ayuda posventa. En este sentido, la **especialización en un determinado tipo de producto** también puede ser una estrategia válida.
- Porque **me encuentran antes a mí que a mis competidores.** (Ver Posicionamiento en Buscadores). Salir en los primeros resultados de Google es una de las primeras cosas que nos conviene si queremos atraer tráfico. Recuerda que con webmaker Marketing Pro dispones de una herramienta de Posicionamiento en Buscadores que analiza tu web y la de tus competidores y te proporciona consejos sobre cómo mejorar tu posición.
- Porque mi web es **más clara e intuitiva**, y es más fácil encontrar la información. Algunas webs tienen tanta información y con una navegación tan complicada, que pueden desanimar al cliente, que se decante por una web donde las cosas le resulten más sencillas.
- Porque soy el más **barato**, uno de los motivos más evidentes, pero no es siempre el que más funciona.
- Porque soy el más **rápido** en entregar. Una buena **disponibilidad** de producto y un **tiempo de entrega** rápido puede ser un motivo de decisión muy claro cuando el cliente que está en el ordenador desea que llegue su pedido.
- Por la **flexibilidad en los métodos de pago.** Los clientes agradecen poder pagar con métodos de pago más cómodos, pero muchos vendedores son restrictivos por miedo al fraude, o porque buscan su propia comodidad.

- Porque hablo el mismo **idioma** que mi cliente. A veces los clientes españoles tenemos que comprar en páginas extranjeras porque nadie en España ofrece el producto buscado, pero si podemos elegir, agradecemos atención en nuestro idioma.
- Pero, sobre todo, lo más importante a la hora de vender por internet hoy en día es dar **CONFIANZA**. Estamos acostumbrados a ver noticias y oír comentarios sobre gente que compró un producto y no le llegó, o le llegó en mal estado y no pudo recuperar el dinero, etc. Eso hace que muchos clientes tengan miedo a comprar por internet, y aunque la cifra mejora año tras año, explica por qué sólo un 40% de los internautas compra. Algunas cosas que podemos hacer para transmitir confianza son:
 - **Dar información transparente** sobre precios, métodos de envío, información del producto... Explicar al cliente cómo es todo el proceso de compra para que no haya dudas. Una vez hecha la compra, el servicio posventa y la información sobre el envío del producto, etc., son también muy importantes.
 - Facilitar **datos de contacto** por todos los medios posibles: teléfono, chat, email... Utilizar direcciones de correo con nuestro nombre de dominio en lugar de cuentas gratuitas también ayuda. Tu webmaker incluye cuentas de correo bajo tu nombre de dominio.
 - **Hablar sobre nosotros:** quiénes somos, dónde estamos (si tenemos una tienda física)...
 - **Que hablen de nosotros:** el boca a boca es una gran fuente de confianza. Obtener comentarios positivos en portales de recomendación, redes sociales, etc. es de gran ayuda.
 - Tener una clara **política de devoluciones** y hacerla pública. Permitir a los clientes recuperar su dinero si no están satisfechos, y explicarles el proceso y condiciones de devolución es importante. En general, todas las condiciones de prestación de servicio deben estar accesibles, pero la política de devoluciones es especialmente sensible.
 - Dar una **buena imagen**. Cuidar la redacción de los textos, la presencia de la web, no tener enlaces rotos, etc. aumentan la confianza.
 - Utilizar un **Certificado SSL** para que las transacciones vayan encriptadas. En arsys ponemos a tu disposición una gama completa de certificados que puedes contratar.

3. ¿Qué necesito?

Con webmaker iniciarse en la venta de productos por internet es muy fácil. Sólo necesitas:

- **Disponer de un webmaker Unlimited o Marketing Pro** para utilizar las funcionalidades “Tienda” y “Reserva”. Recuerda que, si tienes un webmaker Essential, puedes cambiar a Unlimited o Marketing Pro en cualquier momento, y manteniendo todo lo que hayas hecho en tu web hasta el momento.
- **Realizar fotos de los productos** que vas a vender. Aunque no es técnicamente indispensable, es muy conveniente para aumentar el atractivo del producto y para dar confianza sobre el producto contratado. Obtener buenas fotografías de tus productos es un trabajo que debes prever con antelación, ya que puede llevar un tiempo si tu catálogo es extenso.
- **Configurar una cuenta en PayPal (opcional)**. Aunque puedes configurar otros métodos como el “Pago en efectivo al recogerlo”, tener una cuenta en PayPal te permite recibir pagos online instantáneos. PayPal cobra una comisión por cada transacción realizada. Hacerse una cuenta en PayPal es gratuito, y por ser cliente de arsys tienes condiciones ventajosas. Puedes consultar la información desde tu Área de cliente en arsys, en la sección de “Ventajas de nuestros colaboradores”. PayPal es muy popular en todo el mundo **porque da confianza a los clientes**, ya que en lugar de tener que facilitar nuestros datos de pago, se dan los de PayPal. El cliente puede optar por facilitar los datos de su tarjeta, o si tiene cuenta en PayPal, le basta facilitar el correo electrónico y contraseña de su cuenta. PayPal cobra una comisión por cada transacción realizada (**Nota: arsys nunca cobra comisiones por los pagos recibidos**).
- **Un Certificado SSL para encriptar las transacciones**. Aunque no es obligatorio, es muy recomendable para dar confianza a los compradores. En arsys ponemos a tu disposición un completo catálogo de certificados. (Ver <http://www.arsys.es/certificados-seguridad-ssl/>)

4. Configurar la venta de productos

Para configurar la venta de productos desde webmaker, debes ir al apartado “Administrar Contenidos” y, en “Widgets”, seleccionar y arrastrar el widget de “Tienda” (el del icono del carrito de la compra) a la sección de tu web donde vas a colocar tus productos.



Cuando lo arrastres a la sección deseada, verás cómo aparecen ya unas categorías de productos pre-creadas:

Mi tienda de ejemplo

Vendemos productos de muestra

Está aquí: > **MI tienda de ejemplo**

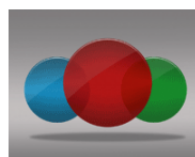
Su cesta de la compra está vacía



Categoría de ejemplo 1

Descripción de la categoría de ejemplo 1

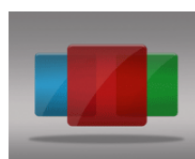
[Más](#)



Categoría de ejemplo 2

Descripción de la categoría de ejemplo 2

[Más](#)

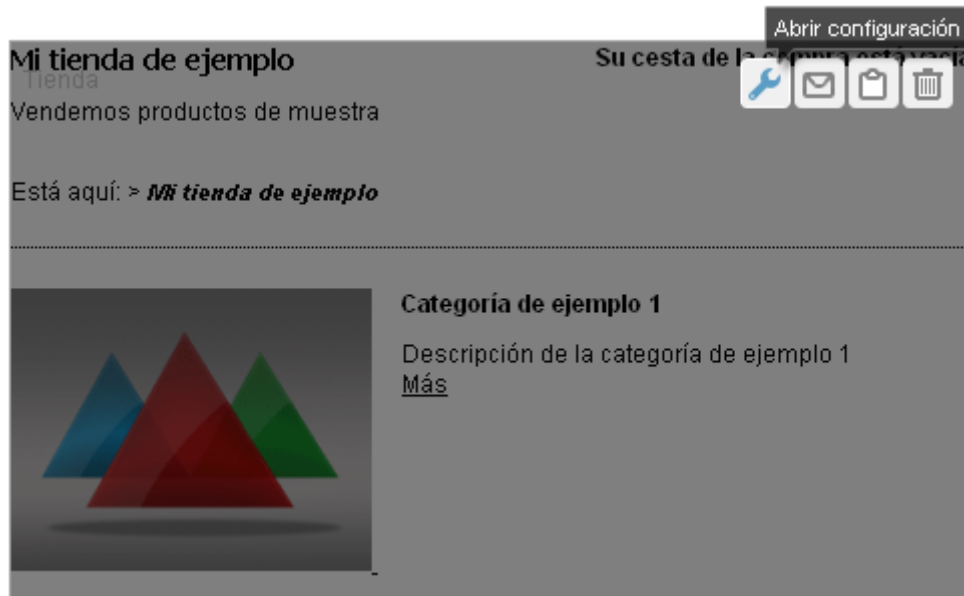


Categoría de ejemplo 3

Descripción de la categoría de ejemplo 3

[Más](#)

Si te sitúas con el cursor sobre la caja se activan los carritos de configuración.



Si pinchas en la llave inglesa, se abrirán las opciones de configuración que deberás completar:

- **General.** Donde deberás incluir:
 - Título y descripción
 - Dirección de correo que se utilizará como remitente para las confirmaciones de pedidos recibidos (como decíamos en el apartado anterior, es conveniente utilizar direcciones de correo con tu nombre de dominio). Ten en cuenta que los correos de confirmación generan textos automáticos con información del producto comprado, precio, etc.
 - Texto de confirmación de pedido, en el que es conveniente que le expliques al cliente los siguientes pasos (fecha esperada de recepción, etc).
 - Firma del correo electrónico.
 - Términos y condiciones, otro punto importante para dar confianza al cliente.
 - Nota de envío.

Tienda	General	Configuración del pago	Categorías	Lista de productos	X
Configuración de notificación					
Nombre de la tienda	<input type="text" value="Mi tienda de ejemplo"/>				
Descripción	<input type="text" value="Vendemos productos de muestra"/>				
Dirección de correo electrónico	<input type="text" value="me@example.com"/>				
Módulos de texto					
Confirmación	<input type="text" value="¡Gracias por su pedido! Se ha enviado un correo electrónico de confirmación a su dirección de correo electrónico."/>				
Firma de correo electrónico	<input type="text" value="Su firma de correo electrónico"/>				
Términos	<input type="text" value="Su términos y condiciones"/>				
Nota de envío	<input type="text" value="Nuestros gastos de envío se basan en el método de pago elegido. Los gastos de envío internacional pl"/>				
					<input type="button" value="Cancelar"/> <input checked="" type="button" value="Aceptar"/> <input checked="" type="button" value="Aplicar"/>

- **Configuración del pago:**
 - Impuestos y moneda.
 - **Modalidades de pago aceptadas y los gastos por cada forma de pago (y de envío asociado):**
 - PayPal. Dirección de la cuenta de PayPal que usarás para realizar las transacciones.
 - Efectivo al recoger.
 - Pago por adelantado (que podrás recibir por transferencia si indicas al cliente el número de CCC donde tiene que realizar el pago).


Tienda General Configuración del pago Categorías Lista de productos X

Impuestos y moneda
 Nota: Puede establecer las tarifas de impuestos de forma individual para cada producto si es necesario

Impuesto predeterminado %

Moneda

Métodos de pago



Su cuenta PayPal

Gastos de envío y tramitación

En efectivo al recogerlo

Gastos de envío y tramitación

Pago por adelantado

Gastos de envío y tramitación

- **Categorías.** Podrás crear todas las categorías de productos (por ejemplo, si vendes ropa, “Pantalones”, “Camisas” y “Zapatos”) y asociar imágenes.

Tienda General Configuración del pago Categorías Lista de productos X

Categoría	Descripción
Flores	Flores
Plantas	Descripción de la categoría de ejemplo 2
Categoría de ejemplo 3	Descripción de la categoría de ejemplo 3

- **Productos.** Podrás crear todos los productos que necesites. Requiere:
 - Nombre

- Descripciones Corta (que aparece cuando se muestran todos los productos en lista) y Larga (que aparece cuando se pincha en “Ver detalle” para un producto).
- Categorías. Puedes adjudicar un producto a una o más categorías.
- Imagen
- Precio

The screenshot shows a web application interface for editing a product. At the top, there are navigation tabs: 'Tienda', 'General', 'Configuración del pago', 'Categorías', and 'Lista de productos'. The main content area is titled 'Editar Producto de ejemplo 1' and is divided into two columns.

Left Column: Detalles del producto

- Nombre del producto:** Input field with 'Producto de ejemplo 1'.
- Descripción corta:** Input field with 'Descripción del producto de ejemplo 1'.
- Descripción larga:** Text area with 'Descripción detallada del producto de ejemplo 1'.
- Categorías:** A list of categories with checkboxes:
 - Flores
 - Plantas
 - Categoría de ejemplo 3

Right Column: Configuración de precios e imagen

- Número de artículos (opcional):** Input field.
- Precio (neto):** Input field with '100,50'.
- Precio (incl. impuestos):** Input field with '118,59'.
- Impuesto %:** Input field with '18,00'.
- Título de imagen:** Input field with 'Imagen de muestr'.
- Image actions:** Two buttons: 'Seleccionar imagen' (with a folder icon) and 'Eliminar imagen' (with a trash icon).

At the bottom right of the form, there are two buttons: 'Cancelar' and 'Aceptar' (with a checkmark icon).

Mi tienda de ejemplo

Su cesta de la compra está vacía

Vendemos productos de muestra

Está aquí: > *Mi tienda de ejemplo* > **Flores**

Flores

Flores



Imagen

Rosas

Rosas Rojas

[Detalles](#)

Precio: 5,90 €
(IVA incl.)

Añadir al carro



Imagen de muestra 2

Producto de ejemplo 2

Descripción del producto de ejemplo 2

[Detalles](#)

Precio: 118,59 €
(IVA incl.)

Añadir al carro

Mi tienda de ejemplo

Su cesta de la compra está vacía

Vendemos productos de muestra

Está aquí: > *Mi tienda de ejemplo* > *Flores* > **Rosas**

Rosas

Rosas Rojas



Imagen

Número de artículo: 1
 Precio: 5,90 €
 incluidos impuestos 18% 0,90 €

Más gastos de envío y tramitación.

[Términos y condiciones](#)

[Nota de envío](#)

Añadir al carro

Ramo de Rosas Rojas

5. Proceso de compra para el cliente

Una vez que hayas configurado estos cuatro apartados, guarda los cambios y los clientes podrán empezar a realizar pedidos.

Para tus clientes, el proceso de compra será muy sencillo:

- Una vez que hayan añadido un producto al carrito, se les mostrará una ventana de resumen de pedido.
- Los clientes podrán, en ese momento, modificar el número de unidades de cada producto, terminar el pedido (*Ir a Caja*) o añadir más productos (*Seguir comprando*).

Mi tienda de ejemplo

[Seguir comprando](#)

Vendemos productos de muestra

Está aquí: > *Mi tienda de ejemplo* > **Carro**

Su carro

Su cesta de la compra contiene los siguientes artículos:

Cantidad	Artículo	Precio	Total
<input type="text" value="4"/>	 Rosas 1	5,90 €	5,90 €
Actualizar carro		incluidos impuestos 18%	0,90 €
		Total	5,90 €

Más gastos de envío y tramitación dependiendo del método de pago (vea los pasos siguientes).

[Ir a caja](#)

- Cuando el cliente pincha en Ir a Caja, debe facilitarte sus datos para que factures el pedido y poder enviarle los productos solicitados.

Paso 1: Introduzca sus datos

Rellene el formulario de pedido con sus datos de contacto.

Empresa	<input type="text"/>
Saludo*	<input type="text"/>
Nombre:*	<input type="text"/>
Apellidos:*	<input type="text"/>
Calle*	<input type="text"/>
Dirección	<input type="text"/>
Código postal / Ciudad:*	<input type="text"/> <input type="text"/>
Estado	<input type="text"/>
País*	<input type="text" value="España"/> ▼
Correo electrónico:*	<input type="text"/>
Teléfono:	<input type="text"/>
Información adicional:	<input type="text"/>
Dirección de entrega separada	<input type="checkbox"/>

 [Siguiente](#)

- En el siguiente paso, el cliente selecciona la forma de pago. En la imagen, están configurados los métodos de “Recoger” y “Pago por adelantado”.

Mi tienda de ejemplo

[Seguir comprando](#)

Vendemos productos de muestra

Está aquí: > [Mi tienda de ejemplo](#) > **Ir a caja**

Paso 2: Seleccione el método de pago

- En efectivo al recogerlo**
Gastos de envío y tramitación: 0,00 €
- Pago por adelantado**
Gastos de envío y tramitación: 5,00 €

 [Previo](#)

 [Siguiente](#)

- Por último, en el último paso, **resumen de pedido**, se muestra al cliente los datos de envío y de pedido por última vez (para evitar errores), los textos configurados en la sección “General” sobre Nota de envío, y Términos y Condiciones que el cliente deberá aceptar. En el caso de mostrar el método de pago PayPal, en este punto, el cliente será redireccionado al sitio de PayPal para confirmar el pago.

Paso 3: Confirmar sus datos

Compruebe sus datos y confirme su pedido.

Dirección de facturación

Mr Nombre Apellido

Calle

08080 Madrid

Madrid

España

Su pedido

Cantidad	Artículo	Precio	Total
1	 <u>Rosas</u> 1	5,90 €	5,90 €
incluidos impuestos 18%			0,90 €
Total			5,90 €
Envío y tramitación			5,00 €
El precio incluye impuestos, envío y tramitación			10,90 €

Nota de envío

Nuestros gastos de envío se basan en el método de pago elegido. Los gastos de envío internacional pueden variar.

Términos y condiciones

En caso de devolución, deberás bla bla...

Acepto los términos y las condiciones.

 [Previo](#)

 [Comprar](#)

- Finalmente, se muestra el mensaje de confirmación de pedido (también configurado en la pestaña general) y se genera un email con los datos de pedido que se le envía al cliente. Este mail incluye, automáticamente, los mismos datos que el resumen, así como la firma de pedido realizado con éxito.

Mi tienda de ejemplo [Seguir comprando](#)
 Vendemos productos de muestra

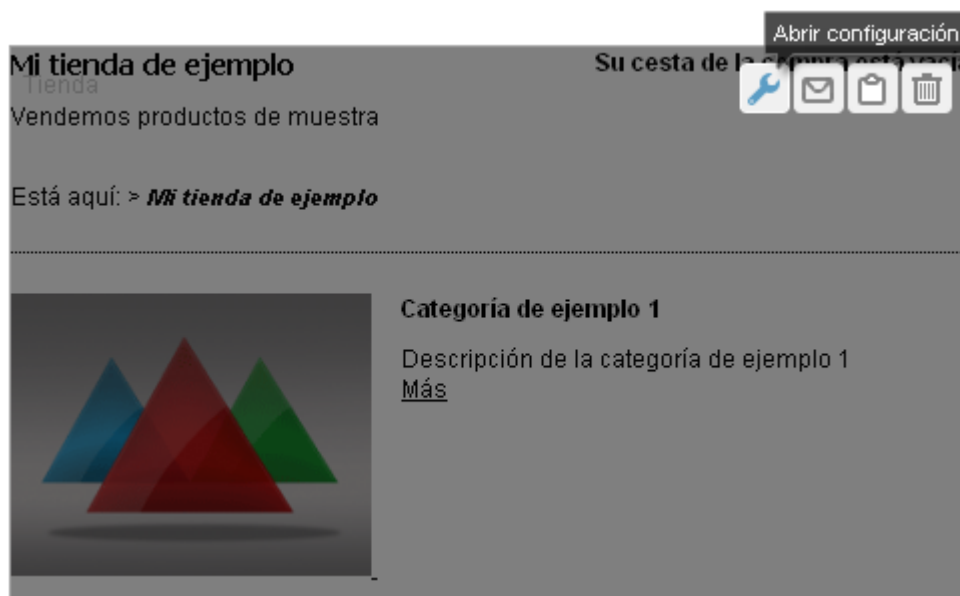
Está aquí: > *Mi tienda de ejemplo* > **Ir a caja**

Su pedido fue correcto
 ¡Gracias por su pedido! Se ha enviado un correo electrónico de confirmación a su dirección de correo electrónico.

Te recomendamos que, cuando hayas terminado de configurar la tienda, **hagas pruebas de contratación** para comprobar que has configurado todos los precios y los mensajes que se muestran y se envían correctamente.

6. Recepción de pedidos en nuestra Tienda

Para comprobar los pedidos recibidos, puedes ir a la configuración de la tienda y pinchar en la pestaña con el icono de un sobre.



Se abrirá una pestaña con el listado de pedidos y fecha en la que han sido realizados, y se puede entrar en cada pedido para ver los detalles.

Fecha	De	Pedido	Listo	
27/08/12 18:08:34	Nombre Apellido ablanch@arsys.es	Nuevo pedido Mostrar detalles	<input type="checkbox"/>	

Ok

7. Configurar la reserva de servicios

Reservar mesa en nuestro restaurante, hora para la peluquería, o cita en nuestra consulta de dentista es otra forma de hacer Comercio Electrónico en nuestra página web.

Permitir a tus clientes reservar mesa en un restaurante es muy sencillo con webmaker. Tienes diversas opciones:

- **Formulario de Reserva.** Es un formulario genérico que puede servirte para recibir solicitudes de reserva de cualquier tipo: restaurantes, consultas médicas, peluquerías, casas rurales.... Los pasos para activarlo son:
 - Arrastrar el widget de Reserva a la sección de la web donde quieres que esté visible. Verás un formulario por defecto.
 - Pinchar en la llave inglesa y configurar qué campos quieres que estén visibles, los textos que se muestran (donde debes indicar que la reserva será confirmada posteriormente) y en qué dirección de correo deseas que llegue el aviso de reserva.

Estaremos encantados de recibir su reserva.

Nombre: *

Apellido(s): *

Email: *

Teléfono: *

Número de personas: *

Fecha: *

 . .

Hora: *

 :

Mensaje:

Mi reserva

- **BookatOnce.** Se trata de un portal pensado para permitir la reserva de hoteles. Para configurarlo debes seguir los siguientes pasos:
 - Dar de alta en el portal <http://www.bookatonce.com/es/bookatonce.html> y crear una cuenta.
 - En webmaker, arrastrar el Widget de Bookatonce al área donde quieres mostrar la posibilidad de reserva.
 - Pincha en la llave inglesa para configurar el sistema de reservas.

Configure su widget de bookatonce X

Para añadir un widget de bookatonce deberá registrarse antes en bookatonce. Puede encontrar más información en www.bookatonce.com.

Su ID de bookatonce

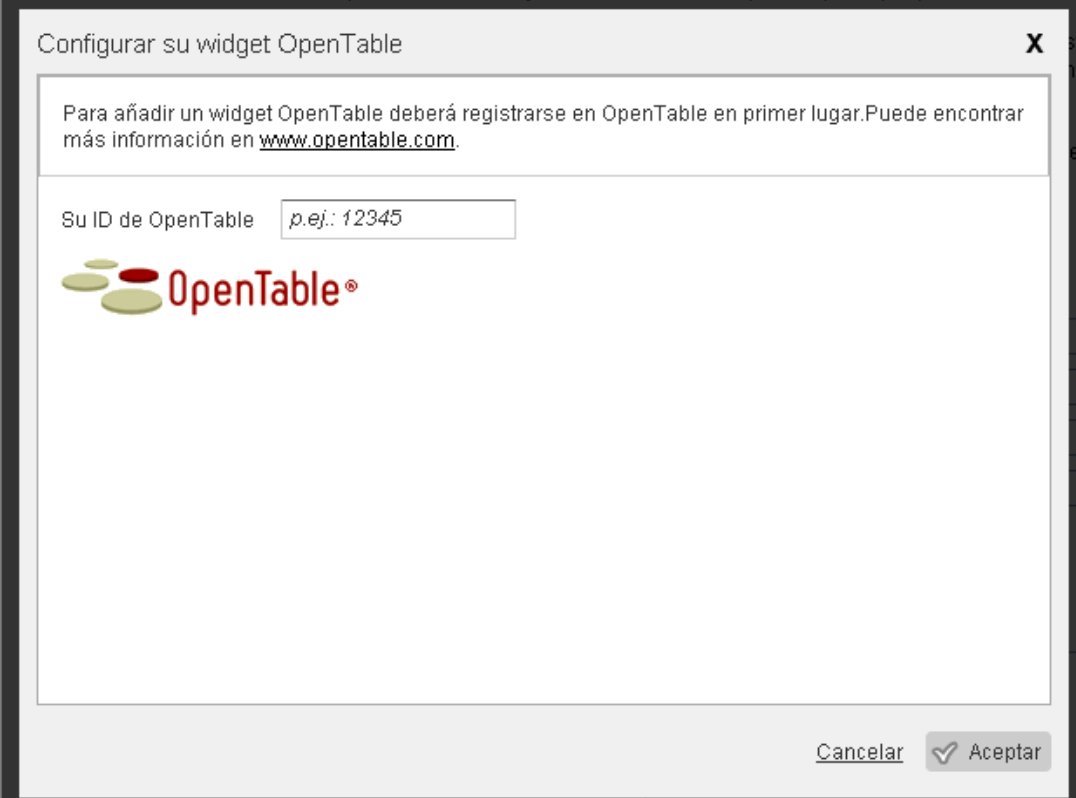
Mostrar calendario de reservas



bookatonce.com
Una innovación de protel hotelsoftware GmbH

- Solo tendrás que introducir tu ID de Bookatonce para terminar de configurarlo.

- **Open Table.** Se trata de un portal pensado para permitir la reserva de mesas en restaurantes. Los pasos son:
 - Dar de alta en Open Table <http://www.opentable.es>
 - En webmaker, arrastrar el Widget de Open Table al área donde desees mostrar la posibilidad de reserva.
 - Pinchar en la llave inglesa para configurar el sistema de reservas.



Configurar su widget OpenTable

Para añadir un widget OpenTable deberá registrarse en OpenTable en primer lugar. Puede encontrar más información en www.opentable.com.

Su ID de OpenTable

 OpenTable®

- Sólo tienes que introducir tu ID de Open Table para terminar de configurarlo.

8. Marketing Online

Una vez que tienes tu Tienda Online en funcionamiento, no puedes quedarte sentado esperando que lleguen las ventas. Tienes que realizar acciones para dinamizar tu comercio y hacerlo atractivo. Entre las medidas que puedes hacer, se incluyen:

- Realizar newsletters comunicando las novedades en tu tienda. webmaker Ultimate incluye una herramienta de envíos de emails masivos para que puedas enviar hasta 1.000 envíos al mes.
- Organizar foros y blogs donde des consejos y contenido interesante para tus clientes, de forma que encuentren un espacio para hablar de los productos

que vendes, intercambiar información, etc. webmaker incluye widgets para facilitar la creación de blogs y foros.

- Tener presencia en redes sociales, como Facebook, Twitter. webmaker incluye widgets para integrar con Facebook, Twitter, etc.
- Poner tus productos en portales como Ciao o Kelkoo, para facilitar que los clientes hablen de ellos y den sus opiniones.
- Realizar promociones con descuentos (se pueden incluir en las newsletters y en las redes sociales).
- Realizar publicidad online en buscadores (como Google Adwords) y redes sociales (Facebook). Por ser cliente de arsys tienes derecho a beneficiarte de condiciones especiales. Puedes consultarlas dentro de tu Área de cliente.
- Trabajar el Posicionamiento en Buscadores.

Consulta el resto de guías de la ayuda para conocer más sobre la integración con redes sociales, posicionamiento en buscadores, y marketing online.

9. Aspectos legales

¿Qué dice la ley sobre las devoluciones? ¿Cómo tratar los datos? ¿Qué dice la LOPD sobre envíos de emails a cliente?

El Comercio Electrónico tiene ciertos aspectos legales que hay que cumplir. Revisa nuestra guía de Aspectos Legales para obtener más información.

10. Comercio electrónico avanzado

webmaker es una herramienta fantástica para dar el salto y empezar a vender productos en tu web y, a medida que vayas adentrándote en el negocio online, puedes hacer cosas más sofisticadas, como:

- Incluir sistemas de venta cruzada: Por ejemplo, que a un cliente que contrata un producto, se le sugiera otro.
- Integrar métodos de envío cuyo precio se calcule automáticamente en función del peso o tamaño de los productos.
- Que la aplicación controle los niveles de stock
- Establecer descuentos por volumen
- ...

La complejidad en el Comercio Electrónico puede ser tan grande como quieras. En caso de que tus necesidades crezcan en el futuro, te puede interesar una solución

especializada. En arsys tenemos una completa cartera de soluciones de eCommerce que, llegado el momento, te pueden interesar. <http://www.arsys.es/e-commerce/>