

Como Internacionalizar tu empresa a través de internet.

Torrejón Emprende

Tevec•nline



Ayuntamiento de
TORREJÓN DE ARDOZ

Consultor Digital | eBusiness | eCommerce | Marketing Digital

CEO y Director de proyectos de la empresa **Tevec•nline**

Tutor de Área 31 (Área de Emprendimiento y Startups del Instituto de Empresa)

Responsable de Estrategia Digital y Marketing Online en Amvos Consulting

- Responsable de Canales Verticales en la campaña de captación de Cuentas Inteligentes en **EVO Banco.**
- Consultoría de Oportunidades de Negocio en el entorno digital para **CEPSA**
- eCommerce Manager durante 1 año para la marca de calzado de lujo **Pedro García.**
- Project Manager de la tienda online de vinos santacecilia.es
- Responsable de la estrategia digital de Eurosistema Club Automovilista.

Qué vamos a ver

1. Internacionalización de **tu tienda** online
 - Producto
 - Tecnología
 - Comunicación y Marketing
 - Logística
 - Medios de Pago
2. Vende tus productos a través de **Amazon** fuera de España
3. **Alibaba**: el Marketplace B2B más grande del mundo.



A person wearing a light-colored, textured sweater is holding a vintage-style globe with both hands. The globe shows the continents of Africa, Europe, and Asia. The background is a collage of various newspaper clippings and images, creating a busy, international feel. A solid magenta horizontal bar is positioned across the middle of the image, containing the text 'Internacionaliza tu tienda online'. To the right of the text, there are four vertical magenta bars of varying heights.

Internacionaliza tu tienda online

Pilares

Producto

Tecnología

Comunicación & Marketing

Logística

Medios de Pago



Marca de retail_ sector lujo



Producto



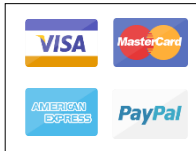
Tecnología



Comunicación & Marketing



Logística



Medios de Pago





Producto

- Es **exportar**:
 - Homologación técnica (materiales y normas de calidad)
 - Código arancelario
- Opciones de **Catálogo**:
 - a) Mismo
 - b) Selección productos específicos
 - c) Referencias diferentes y exclusivas para el canal online
- **Categorías**: estudiar si tus productos tienen distinta denominación o categorización en el mercado destino.
- **Promociones**: análisis de la cultura y calendario de ofertas y descuentos.
- **Tallajes**: es necesario hacer referencia a la equivalencia de tallas europeas con el resto.

Tecnología

- Análisis y selección de la **plataforma** más adecuada según el alcance y especificaciones del proyecto.
- **Dominio:**
 - Del país destino example.us
 - Subdominio .us.example.com
 - Subdirectorío example.com/us
- **Posicionamiento:**
 - a) Configuración técnica y rapidez de carga.
 - b) Definición de la estructura de metacontenidos.
 - c) Hreflang
- **Integraciones:**
 - a) ERP
 - Gestión del stock.
 - Facturación
 - Carga de productos
 - b) CRM



Tecnología

En tiendaonline.com/us :

1. Se ha creado una nueva tienda para USA en magento CE.
2. Se han configurado los impuestos para USA.
3. Se han puesto mensajes especiales en el Checkout para USA: medios de pago, impuestos y logística.
4. En SEO, se ha hecho la estructura correspondiente de hreflangs para USA y una estructura ya testada en la tienda de UK.
5. Se mantiene la integración con Moddo para la gestión de stock (modelo único) y Navisión como ERP.

Magento Admin Panel

Búsqueda de registro global

Panel de administración Ventas Catálogo Mobil Clientes Promociones Boletín CMS Blog Optimise

Están invalidados uno o más de los tipos de caché: Bloquear salida HTML. Haga clic aquí para ir a [Administración de caché](#) y actualizar los tipos de caché

Último mensaje: Product Questions for Magento 2 is out! [Leer detalles](#)

Uno o mas índices no están actualizados Nueva versión de URL de Catálogo. Haga clic aquí para ir a [Administración de índices](#) y reconstruir los índices

Panel de administración

Selecciona Vista de la Tienda: Todas las vistas de tienda

Europe

UK

US

español

Ciclo de ventas

Promedio de importe de

Ultimos 5 pedidos

Cliente	Articulos	Total
	2	
	1	
	1	
	1	501,34 €

Pedidos Importes

2

1

Magento

moddoGroup

Microsoft Dynamics NAV

Ayuntamiento de TORREJÓN DE ARDOZ



Comunicación & Marketing

- Redes Sociales
- Newsletter
- Contenidos audiovisuales
 - Vídeos
 - Catálogos
- Editoriales
- News&views
- Who's wearing



harper's bazaar
américa latina



scarlett
johansson
style carrie



facebook



google +



twitter



instagram



pinterest



youtube

Dos opciones:

- A. Modelo *in house* > almacén único.
- B. Modelo *warehouse* > Almacén en el país destino.

Variables de análisis:

	A	B
• Costes logísticos.	+	-
• Dutties & Taxes	+	-
• Tiempos de envío	+	-
• Costes de stock	-	+
• Costes de infraestructura	-	+
• Control de procesos	+	-



Logística

La marca seleccionó un modelo de almacén único *in house* para sus tiendas online de Europa, UK y USA. Le permite tener un **control** sobre el proceso de preparación de pedidos, con el cuidado de los detalles como sello de valor añadido.

Para ser una marca de venta online **competitiva** en el mercado americano, existen dos condiciones innegociables:

- reducir al máximo los tiempos de entrega
- la monitorización del proceso de envío.

Ambas son factibles gracias a la elección de **UPS** como socio logístico y sus soluciones:

- Trade Direct on air
- Paperless





Logística > UPS

Trade Direct Air

Con esta **solución unificada** la empresa evita los centros de distribución y acelera el envío de sus productos a su destino final.

Agiliza el proceso de **liberación aduanal***:

1. Disminuye el tiempo de tránsito y papeleo en aduanas.
2. Optimización del proceso de devolución o cambio de producto.
3. Visibilidad de rastreo en tiempo real.

Paperless

Transmisión electrónica de facturas.

- Elimina la necesidad de facturas en formato físico y por ende, las incidencias con dichos documentaciones físicas.
- Integración técnica adicionales de magento con UPS:
 - a) Desarrollos adicionales para funcionalidad de Paperless.
 - b) Desarrollo adicionales para identificación de codificación de tipos de productos.

UPS Trade Direct[®] Air



UPS Paperless Invoice



*desconsolida el envío al por mayor y lo desglosa en envíos individuales

Medios de pago

- **TPV**

Se emplea el mismo que para el mercado europeo, pero se habilita para pagos en GBP y USD.

Se aplican Tasas de descuento diferentes.

Decisión de si tener cuenta en EUR o en la divisa del país destino.

- **PayPal**

Ha de habilitarse para pagos en divisas del mercado destino, comisiones diferentes.

- **Factura**

En USA se realiza una entrega libre de gastos para el cliente (DDP – Delivery Dutty Paid). Repercutido en el precio.

Sin desglose (taxes included). Existen dos modelos: el asumido por el retailer y el asumido por el cliente. Pedro García los asume.

atención al cliente	
AYUDA PAGOS Pedro García Formas de pago <u>Monedas de pago</u> Seguridad de pago ENVÍOS DEVOLUCIONES Y CAMBIOS GUÍA DE TALLAS PREGUNTAS FRECUENTES	PAGOS Monedas de Pago Los pagos y los reembolsos para envíos a Estados Unidos son facturados en dólares americanos (USD). Los pagos y los reembolsos para envíos a Gran Bretaña son facturados en libras esterlinas (GBP). Los pagos y los reembolsos para envíos al resto de países son facturados en euros (EUR). Los precios no incluyen gastos de envío.

atención al cliente	
AYUDA PAGOS ENVÍOS Destinos de envío Seguimiento del pedido Información importante Envíos gratuitos <u>Impuestos y aranceles</u> Seguro DEVOLUCIONES Y CAMBIOS GUÍA DE TALLAS PREGUNTAS FRECUENTES	ENVÍOS Impuestos y aranceles Todos los pedidos expedidos en países de la Unión Europea son enviados conforme a la regla de comercio internacional conocida como DDP ("Delivery Duty Paid"), que obliga a que todos los impuestos estén incluidos en el precio final. Entregas a Estados Unidos, Noruega y Suiza: El precio de todos los artículos incluye el impuesto de venta (Impuesto sobre el valor añadido – IVA) así como aranceles y gastos de tramitación. En caso de devolución, los aranceles y los gastos de tramitación no serán reembolsados.

Conclusiones

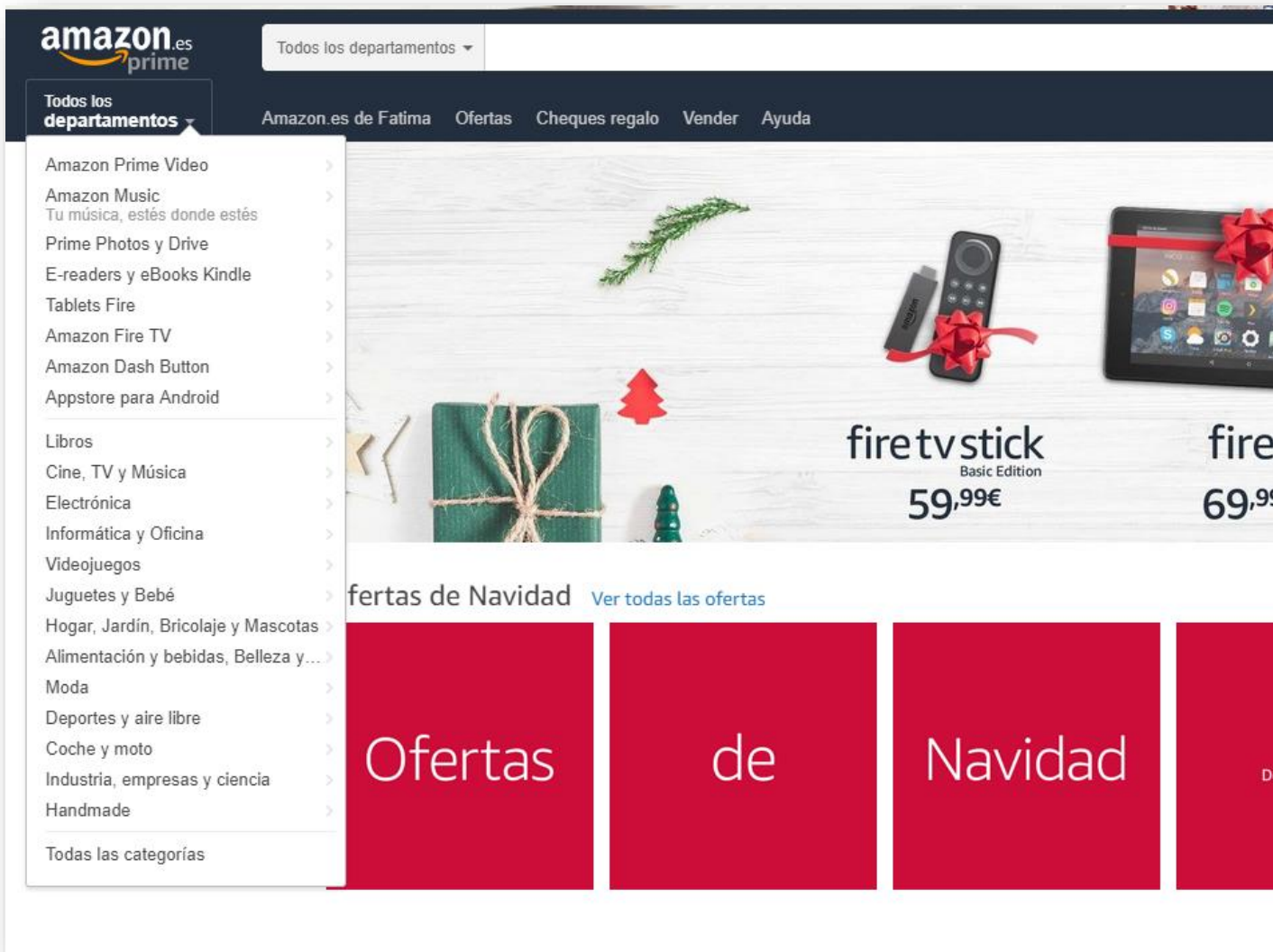
-  Selecciona aquellos productos de tu catálogo con demanda en el mercado objetivo y adaptados en requerimientos técnicos y normativos.
-  Analiza tus requerimientos operativos y funcionales e implanta la plataforma de comercio electrónico que mejor se adapte a tus necesidades .
-  Trabaja tu imagen de marca y producto en el mercado objetivo seleccionando aquellos canales de comunicación y promoción que consume tu público objetivo en el país destino.
-  Elige la fórmula logística que menores costes te reporten a ti y a tu cliente, sin rebajar el servicio sobre tu cliente en comunicación y tiempos de entrega.
-  Elige los medios de pago que te garanticen la mayor penetración posible en el mercado objetivo.





Amazon

Puedes vender las siguientes categorías:



The screenshot shows the Amazon.es homepage. The 'Todos los departamentos' dropdown menu is open, displaying a list of categories. The main banner features a Christmas theme with a green gift box, a red bow, and a Fire TV Stick. The text 'Ofertas de Navidad' is visible in large white letters on a red background.

Todos los departamentos

- Amazon Prime Video
- Amazon Music
Tu música, estés donde estés
- Prime Photos y Drive
- E-readers y eBooks Kindle
- Tablets Fire
- Amazon Fire TV
- Amazon Dash Button
- Appstore para Android
- Libros
- Cine, TV y Música
- Electrónica
- Informática y Oficina
- Videojuegos
- Juguetes y Bebé
- Hogar, Jardín, Bricolaje y Mascotas
- Alimentación y bebidas, Belleza y...
- Moda
- Deportes y aire libre
- Coche y moto
- Industria, empresas y ciencia
- Handmade
- Todas las categorías

fire tv stick
Basic Edition
59,99€

fire
69,99€

Ofertas de Navidad



Ventajas de Vender en Amazon



1. **Ventas:** Millones de clientes en Amazon podrán comprar tus productos
2. **Branding:** Millones de clientes en Amazon podrán ver tu marca
3. **Venta internacional:** Con una cuenta vende en Italia, UK, Francia y Alemania
4. **Protección antifraude:** Amazon tiene la mejor tecnología para detectar fraude.
5. **Multi-categoría:** Puedes vender tus productos en más de 30 categorías.
6. **Informes:** Sobre tu actividad como vendedor (clics, impresiones...)
7. **Logística multicanal de Amazon:** Los mejores precios del mercado.



¿Cómo vendemos en Amazon Seller Central?



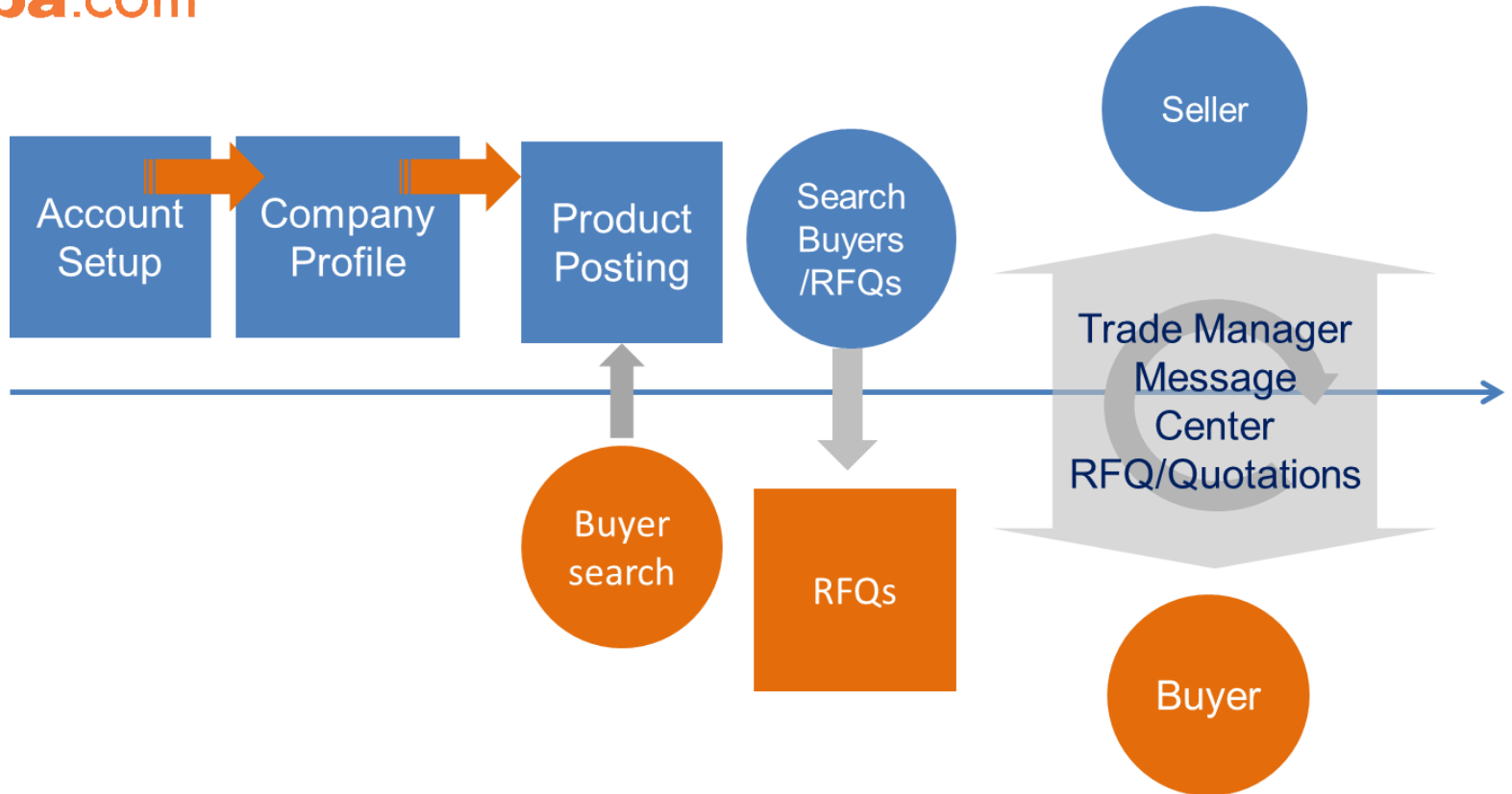
1. Crea tu cuenta Europea.
2. Sube tu inventario a tu cuenta Europea: A través de un API de Amazon.
3. Selecciona los mercados: España, Italia, UK, Francia y/o Alemania.
4. Para cada país adapta descripción, precios, gastos envío.
5. Tu logística o la logística Amazon. Si vas a vender solo en España puedes llevar tus productos al almacén central de España (Madrid)
6. Logística Amazon Cross Border: Si vas a vender en Europa puedes llevar tus productos al almacén central de Europa en Francia (Lyon)



The image shows the Alibaba Group Headquarters in Hangzhou, China. The building features a distinctive, complex, and organic architectural design with a facade made of large, white, geometric panels that resemble a stylized, interconnected network or a modern interpretation of traditional Chinese architecture. In the foreground, there is a large, shallow pool of water. The word "Alibaba" is written in large, three-dimensional, white letters that are partially submerged in the water, creating a clear reflection. The background shows some greenery and trees, suggesting a park-like setting around the building.

Alibaba

¿Cómo funciona?



*RFQ (Request for Quote / Solicitud de Cotización)



Vinos Martue

 Sourcing Solutions Services & Membership Help & Community On Alibaba Sign In Join Free Order

BODEGAS Y VINEDOS MARTUELA S.L. Add to Favorites

BODEGAS Y VINEDOS MARTUELA S.L.
Toledo, Spain

Home Product Categories Company Profile Contacts Search In This Store

BODEGAS Y VINEDOS MARTUELA S.L.
Spain
Contact Detail

Product Categories

- White Wine
- Red Wine
- Ungrouped

Why Choose Us

Bodegas Martue was founded in the year 2000. The Martue family put their life and soul into their winemaking projects, with very clear goals to produce excellent wines to suit all tastes, and always seeking to attain the very best value for money. Bodegas Martue was founded in the year

Founded in 2000 11 - 50 People 1,000-3,000 square meters US\$5 Million - US\$10 Million annual output value 2 exhibitions

COMPANY INTRODUCTION

Home Product Categories Company Profile Contacts



MARTUE 2012. D.O. Pago Campo de La Guardia, red wine

FOB Reference Price: [Get Latest Price](#)

1200 - 2879	2880 - 5768	5769 - 7919	>=7920
US \$5.47	US \$5.20	US \$4.90	US \$4.65

Supply Ability: 150000 Piece/Pieces per Year
Port: VALENCIA, BARCELONA, BILBAO

[Contact Supplier](#)

[Leave Messages](#)

Payment: This supplier also supports T/T payments for offline orders.

[View larger image](#) [Add to Compare](#) [Add to Favorites](#) [Share](#)

Product Details Company Profile [Report Suspicious Activity](#)

Overview

Quick Details

Product Type: Wine	Type: Red Wine	Taste: Dry
Use: Table Wine	Place of Origin: Spain	Producing Regi.: La Guardia (Toledo)
Brand Name: Martue	Alcohol Content: 14.5	Vintage: 2012
Grape Type: Cabernet, Merlot, Syrah	Grade: Premium	Ageing Contain.: 750 ML Bottle
Packaging: Bottle	Shelf Life: 10 Years	Weight (kg): 1.25
Model Number: 8437003739521	Cabernet Sauv.: 45%	Petit Verdot: 18%
Temperatura: 18%	Merlot: 16%	Syrah: 3%

Packaging & Delivery

Packaging Details: 6 or 12 bottles per box
Delivery Time: Shipped in 30 days after payment

Each variety has fermented on its own and later combined. It matures for 10 months in French (70%) and American (30%) oak barrels.

It's color is red cherry with ruby notes and a highly concentrated tone. The aroma is complex, of an "important wine", with all the notes already formed, and even the bouquet of the ageing in the bottle. It is fresh for its notes of red fruits and the remains of low mountain- dry thyme and rosemary- and also serious for its minerality. In the mouth, as always, is basically nice and tasty. It goes in with happiness, it fills the mouth with its pleasant flavor and full of hints.

A great vintage for the 12 harvest of Martue, with the perfection in its style.

To assure it maintains all of its qualities, this wine has not been subject to excessive stabilisation and filtering treatments. Therefore overtime small deposits of natural sediment may appear.

Conservation: - The bottle should be stored laid on its side, in a dark room without vibrations and at a stable temperature of between 15-20°C.

Pairing and Consumption - Ideal to pair with all types of meat, including game and strong cheeses such as manchego. Serve at a temperature of between 16-18°C. To assure all its qualities, decanting 20 minutes before serving is recommended.





Gracias

raul.rebollo@teveonline.com

653 999 736

Tevec•nline