

INDICE

Prefacio	5
Agradecimientos	11
1. A propósito, ¿Qué es Internet?	13
El creciente interés en Internet	14
Empecemos desde el propio	15
La comunidad del ciberespacio	17
Transacciones seguras en la World Wide Web	28
2. Las metas de comunicación en Internet	33
Estrategias en la Web	34
Tipos de cibernautas	37
¿Por qué la gente compra en el ciberespacio?	40
Siga la regla de oro de la carta de ventas	44
Relacionándose en la red	45
3. ¿Cuál s la diferencia entre Internet y otros medios de mercadotecnia directa?	71
¿Con quien comunicarse?	
La pareja dispareja	72
Otros problemas instantáneos	74
Las estadísticas no mienten pero pueden equivocarse	75
De simples anunciantes a verdaderos mercadólogos en Internet	76
¿Reemplazara algún día de la red a los medios tradicionales?	77
Éxitos y fracasos	79
4. Permita que los encuenten fácilmente	85
Registre su sitio en los principales buscadores de la red	
Quid pro quo: anuncios cruzados	87
Promocione su sitio Web en todas partes	90
5. Capte la atención del navegante de le red	105
Regla no. 1: no se convierta en el cuello de botella	106
Regla no. 2: coloque atractivos al inicio del texto	107
Regla no. 3: destaque algo novedoso siempre	109
Regla no. 4: ofrezca interactividad al inicio del texto	111
¿Agencia de publicidad, o agencia de mercadotecnia?	112
6. Lo que (casi) siempre funciona	113
Buscadores de información dirigida	134
Buscadores de información no dirigida	136
Cazadores de gangas (1)-búsqueda de cosas gratis	138
Cazadores de gangas (2)-búsqueda de ofertas	142
Buscadores de diversión	143
Compradores dirigidos	144
Lo que (casi) siempre funciona	145
7. Textos cortos contra textos largos y factores relacionados	155
Reglas pistitas para la longitud del texto	157
Reglas para un texto con “viñetas”	162
Simplicidad contra satisfacción	163
Permita que la tercera regla lo oriente	164
8. Como hacer sus ofertas a la medida de la red	175
La primera clave: “Pagina uno”	176

La segunda clave: interactuar	
Recuerde la naturaleza global del medio	178
Ventajas de las ofertas “Solo hoy”	179
Los alcances únicos del medio	181
El medio auxiliar perfecto	182
Catálogos en la red	183
La ventaja de una fecha de vencimiento	186
9. Presentación, diseño y formato en la red	195
Lineamientos universales	197
Mas problemas que soluciones	198
Lineamientos para una pagina principal	200
Lineamientos para encabezados de subsecciones	
Paginas con hechos	202
Redacción	203
Formatos	204
Minigalerias	205
Dibujos	
Vínculos	206
¡Ignore este capitulo!	207
10. El comercio en Internet	217
Como tomar pedidos en la red	218
Como tomar pedidos por teléfono	220
Para mayor información...	221
Como aceptar el pago	222
11. El futuro de Internet	237
Como convertir la red en un medio profesional	238
Sitios sustanciosos	239
Mas velocidad	240
La tecnología impulsa, el conocimiento tecnológico detiene	243
Mujeres en la red	244
¿Un falso paraíso?	245
¿Qué tal un poco de mercadeo de negocio a negocio?	246
Como lidiar con “reps”	
Boletines informativos	247
¿Cuánto conocimiento técnico necesita usted?	248
Anexo	
A. Terminología Internet	251
B. Hogar de Cristo	253
C. TELMEX	259
D. SONY	265
E. Hobby Punt	271
F. Traducción de paginas Web en ingles	277
Índice analítico	295