

Ventajas y beneficios de las transacciones electrónicas

cómo promocionar y vender recursos culturales

“Presentate. On line”

“Publica tus obras. On line”

“Comercializa tus obras. On line”

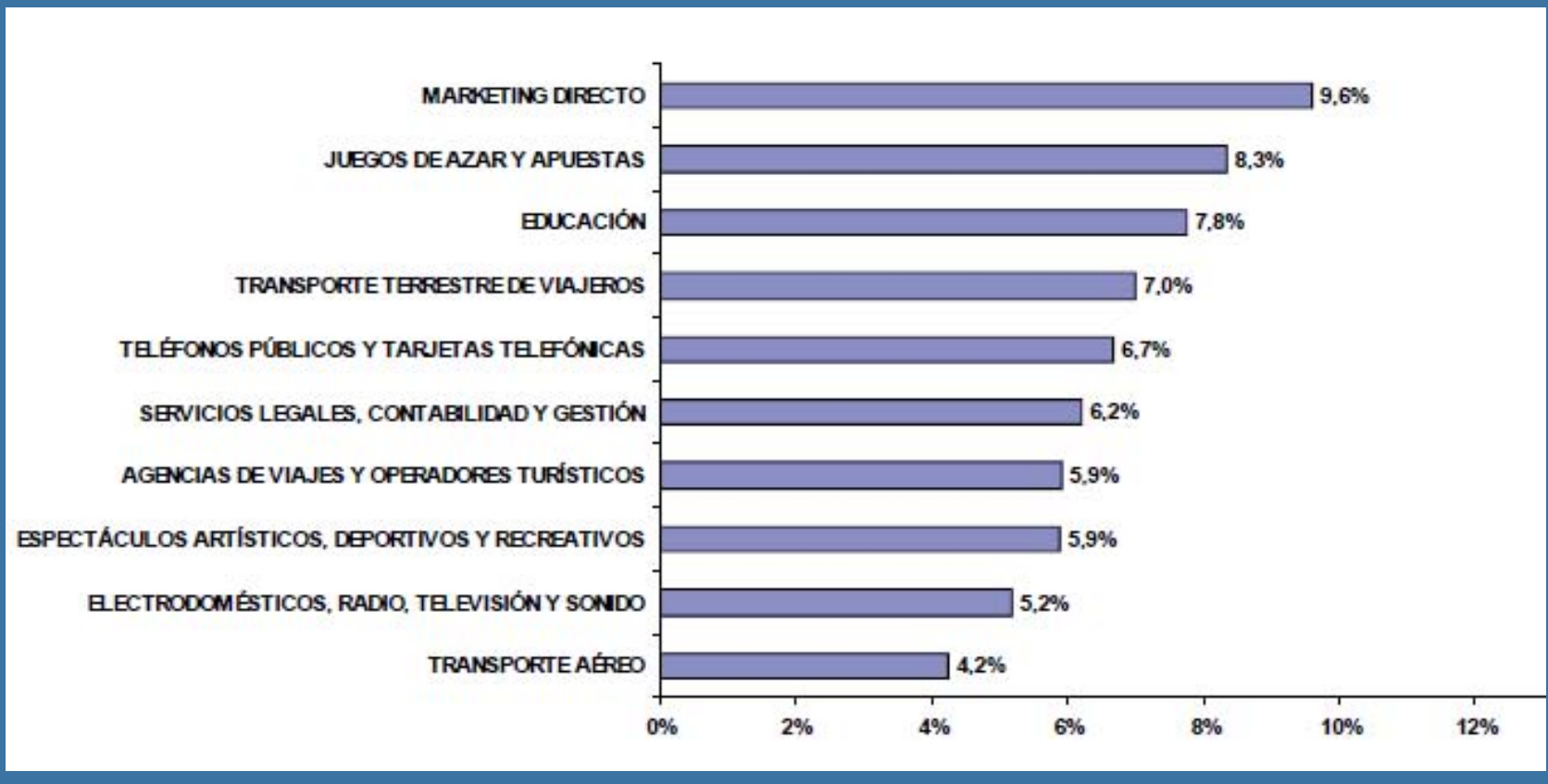
“Promociónate. On line”

“Fideliza. On line”

Volumen de negocio del E-commerce en España

Según el informe sobre “Comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago” (IV Trimestre 2008) de la CMT.

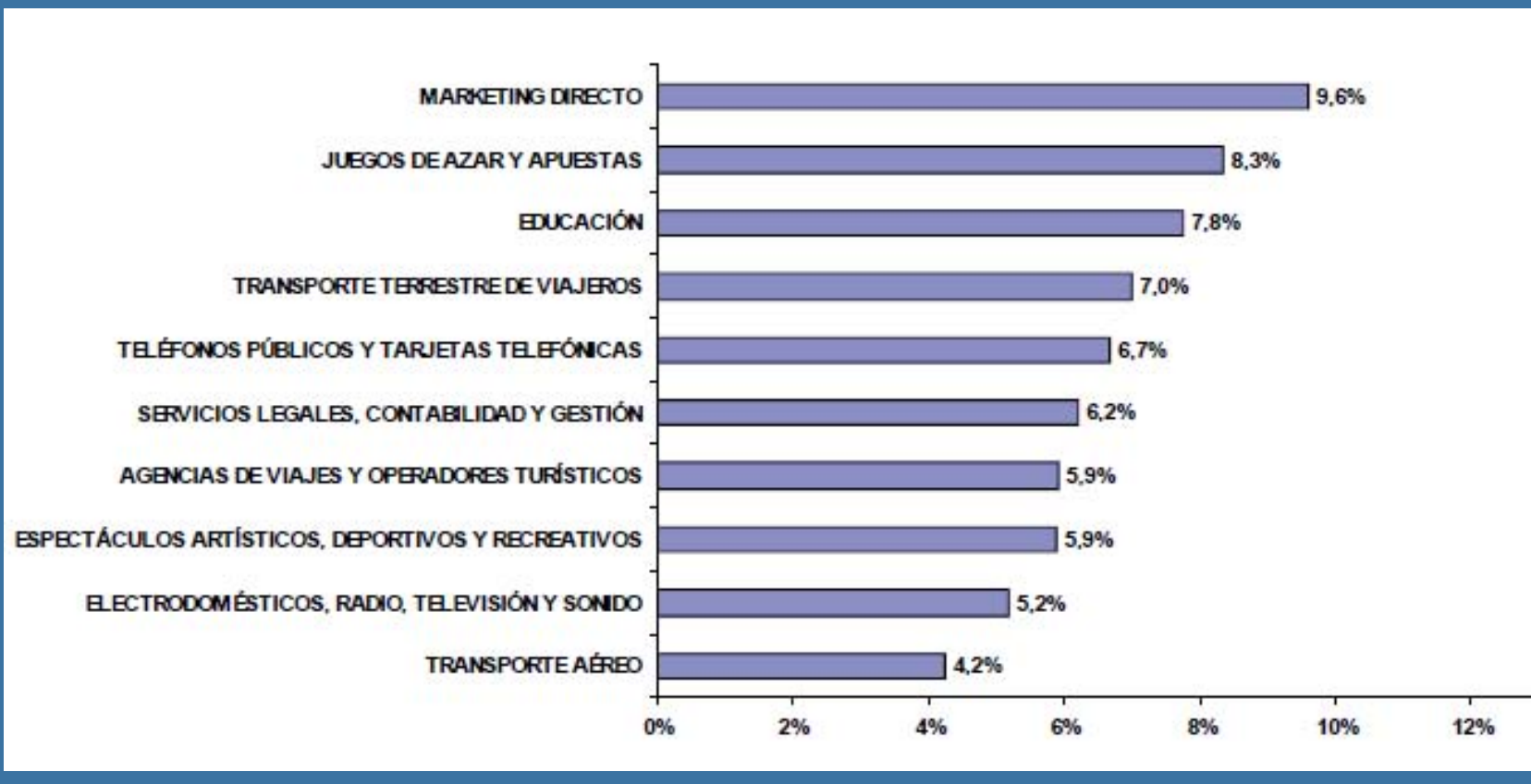
“En 2008, el comercio electrónico en España alcanzó un volumen de negocio de 1.248,7 millones de euros, un 22,2% más que en el mismo trimestre de 2007; con un total de 17,2 millones de operaciones.



Operaciones del E-Commerce en España

Según el informe sobre “Comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago” (IV Trimestre 2008) de la CMT.

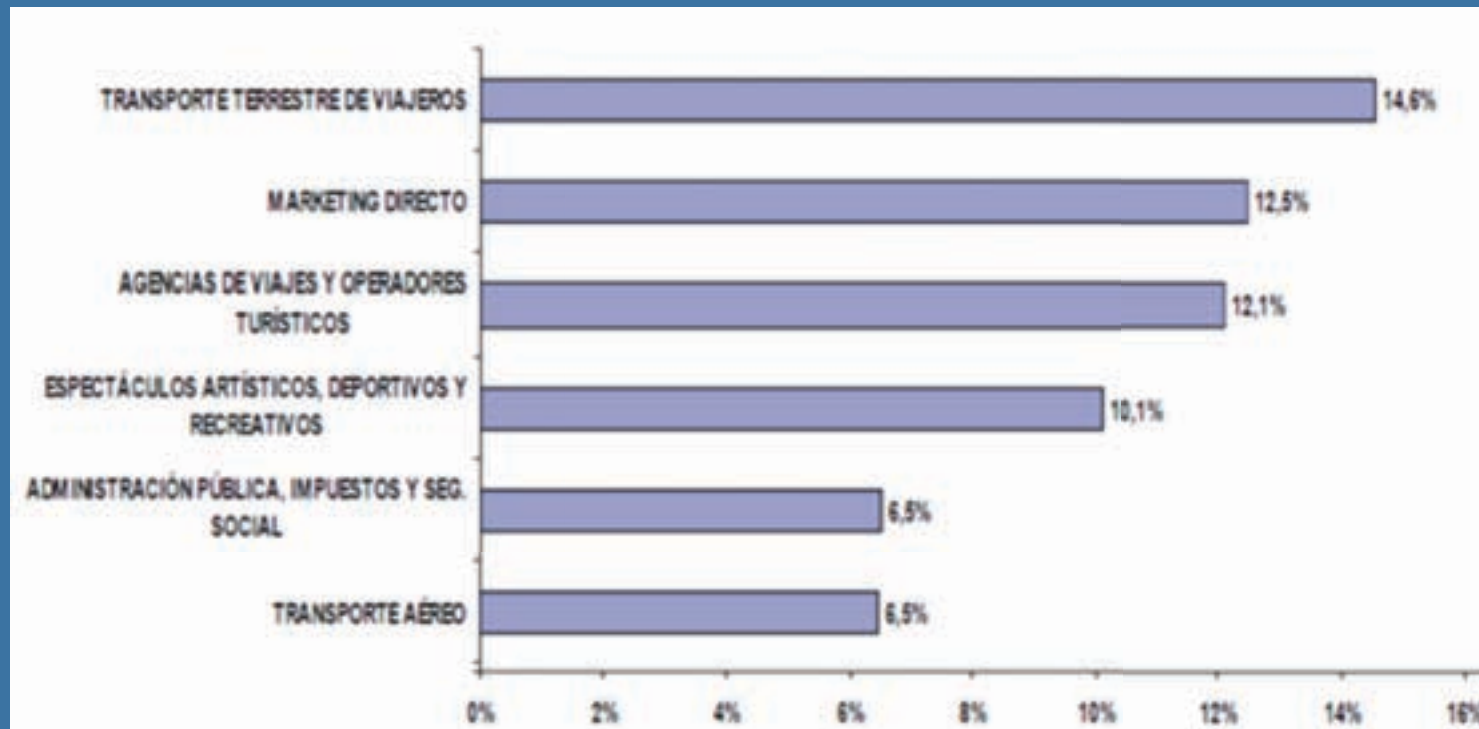
“En 2008, el total de transacciones de comercio electrónico en España fue de 66,3 millones de operaciones, registrando un crecimiento interanual de 41,8%.”



Actividad del Comercio Electrónico en España

Según el informe sobre “Comercio electrónico en España a través de entidades de medios de pago” (IV Trimestre 2008) de la CMT.

“Los ingresos del comercio electrónico a través de las entidades de medio de pago que se realizaron dentro de España alcanzaron la cifra de 520,1 millones de euros, el 41,6% del total del volumen de negocio y un 39,9% más que en el mismo periodo del año precedente.”

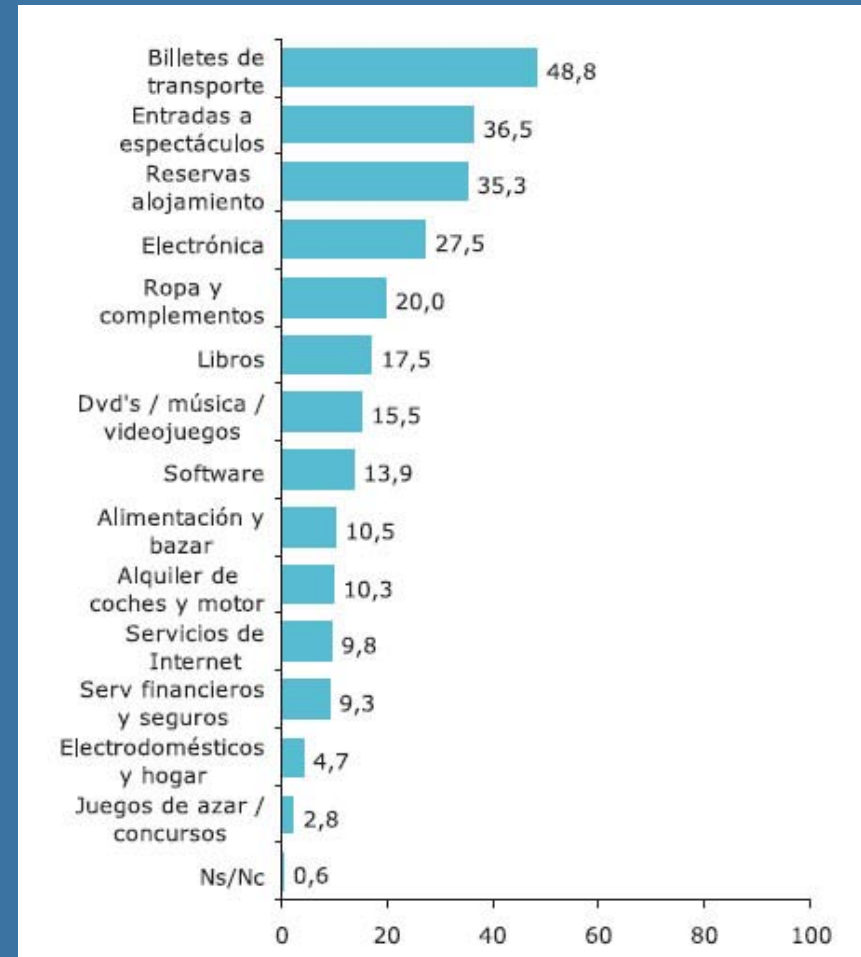


Compras por tipo de producto o servicio

Según el Estudio sobre Comercio Electrónico B2C 2008 (ONTSI),

“El sector turístico (billetes transporte) y las actividades de ocio (entradas espectáculos) siguen siendo claves en las compras on-line, seguido de la compra de productos de electrónica, ropa, libros, dvd's, música o videojuegos.

- 36.5% Entradas a espectáculos
- 17.5% Libros y publicaciones
- 15.5% DVD, música, videojuegos.



Comportamiento sociodemográfico

- Los hombres se decantan por productos de electrónica, software, dvd's, servicios de Internet, servicios financieros o seguros mientras que las mujeres optan en mayor proporción por ropa y complementos.
- Los más jóvenes también realizan más compras de ropa y complementos, así como dvd's, música o videojuegos.
- Personas de 35 a 49 años adquieren entradas a espectáculos, compras de alimentación o de bazar y productos financieros.
- Personas de 50 a 64 años centran sus compras en el sector turístico.
- Residentes en municipios pequeños (menos de 10.000 habitantes) concentran un porcentaje superior de compradores de libros y música on-line.

Uso de internet por las PYMEs y Autónomos de España (Fuente: INE 2007)

	buscar Información (genérico)	servicios banca/finanzas
< 10 empleados	96%	66%
10 - 49 empleados	96%	85%

El resto de acciones estudiadas (Formación, Seguimiento Mercado, Recibir Productos digitales, Servicios Pre/Post-venta, Acceso a Aplicaciones o Herramientas de negocio) son usadas aproximadamente por un 30% de los negocios (entre 0 y 49 empleados).

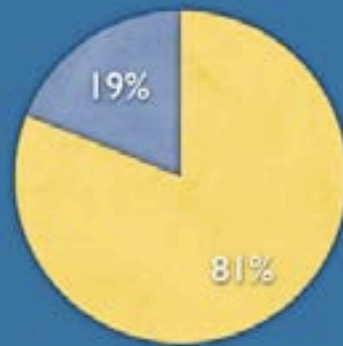
PYMEs y Autónomos con Página Web (sobre el total de negocios)

< 10 empleados	10,1% (20,76% sobre los que tienen internet)
10 - 49 empleados	46% (49% sobre los que tienen internet)

el potencial del mercado

17,5 MM de usuarios de internet

(15 MM son frecuentes, se han conectado en la última semana)



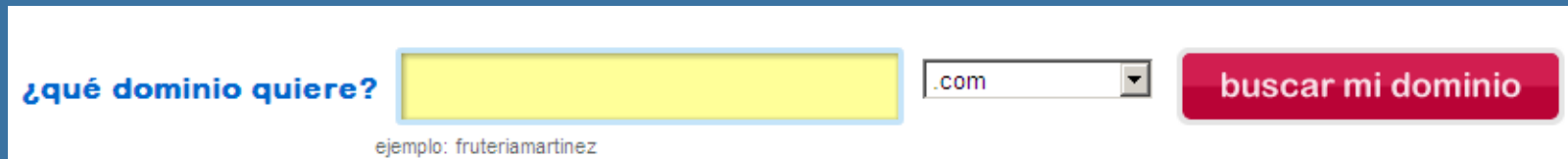
el 81% de los usuarios encuentra información de compra o contratación en internet.

Recursos culturales on line

Da el Primer Paso. Crea tu página Web

Ten presencia en Internet

- El primer paso, para tener presencia en Internet es la adquisición del dominio.



¿qué dominio quiere? .com

ejemplo: fruteriamartinez

- Una vez elegido el dominio, debemos optar por las múltiples opciones de presencia en Internet, donde destacamos :
 - Web Corporativa
 - Tienda Online
 - Sistema de reservas (ticketing)

Web Corporativa

Buscar una solución para Web Corporativa dinámica y fácil de usar basada en estándares de diseño y con capacidad de comunicación.

WebPlus

tu web profesional por un precio imbatible

NEW

- Presencia profesional en internet
- Capta nuevos clientes
- Diseño personalizado
- Independencia total
- Todo incluido
- Fácil e intuitivo

Características

- Galería multimedia de fotos y videos
- Sección corporativa: Dónde estamos, quiénes somos...
- Registro y gestión de clientes
- Sección de noticias y actualidad (propias y RSS)
- Bolsa de empleo
- Fotos y blog
- Formulario de contacto
- Sección de descargas
- Suscripción a boletines mediante e-mail
- Sección legal: privacidad, protección de datos, LSSI
- Certificación plantilla por el usuario
- Sin plazo mínimo de mantenimiento

Incluye

- dominio propio
- Diseño profesional
- 1 Gb de espacio en servidor
- 10 Gb de transferencia
- Atención telefónica
- Mantenimiento y actualizaciones
- 20 cuentas de correo electrónico

Opciones disponibles

- Posicionamiento en buscadores
- Captación de clientes
- Campañas de marketing online
- Espacio y transferencia adicional
- Certificado de seguridad (SSL)

¿Cuándo tendré mi web?

- 1 Explicamos qué haces
- 2 Creamos tu web
- 3 ¡Ya estás en internet!

¡Tu web en tan sólo 15 días!

Web Tienda Online

Buscar una plataforma de venta y promoción online de nuestros recursos culturales, basada en un gestor de contenidos sencillo y con optimización para buscadores que nos permitirá promocionar nuestras obras y llegar a un mayor número de clientes finales.

WebShop

la tienda online más completa por un precio imbatible

- Vende más en Internet
- Consigue nuevos clientes
- Diseño personalizado
- Independencia total
- Destaca tus mejores productos
- Fácil e intuitivo

Características

- Catálogo de producto y control de stock
- Varias formas de pago: tarjeta, transferencia, paypal...
- Gestión de los portes, otros gastos, etc.
- Informe de ventas
- Creación de encapertados y productos destacados
- Galería multimedia de fotos y vídeos
- Sección corporativa: Quiénes somos, quiénes somos...
- Sección de noticias y actualidad (propias y RSS)
- Fotos, blog y descargas
- Bolsa de empleo
- Formulario de contacto
- Suscripción a boletines mediante e-mail

Incluye

- Dominio propio
- Diseño profesional
- 1 Gb de espacio en servidor
- 10 Gb de transferencia
- Atención telefónica
- Mantenimiento y actualizaciones
- 20 cuentas de correo electrónico

Opciones disponibles

- Posicionamiento en buscadores
- Captación de clientes
- Campañas de marketing online
- Espacio y transferencia adicional

¿Cuándo tendré mi tienda online?

- 1 ¿Quieres vender?
- 2 Creamos tu tienda
- 3 ¡Ya estás en internet!

¡Tu negocio online en sólo 15 días!

NEW

directMobile

W7

HTC

32G

Elementos básicos de una Tienda Online

La Tienda Online

Ofrece un nuevo canal para vender tus obras y recursos culturales a través de la red.

Para afrontar con éxito un proyecto de Tienda Online debemos tener muy claro cuál es nuestro público objetivo y qué queremos transmitirle.

Sobre esta idea tenemos que buscar la sencillez, un buen catálogo de productos y contenidos, así como la búsqueda de relaciones con otras Webs relacionadas con la difusión de contenidos culturales para conseguir notoriedad en Internet.

LAS CLAVES DE UNA TIENDA ONLINE

Los elementos que forman una Tienda Online deben sustentarse en 3 pilares claves:

- Diseño adecuado
- Facilidad de uso
- Accesible para todos

Recursos culturales on line

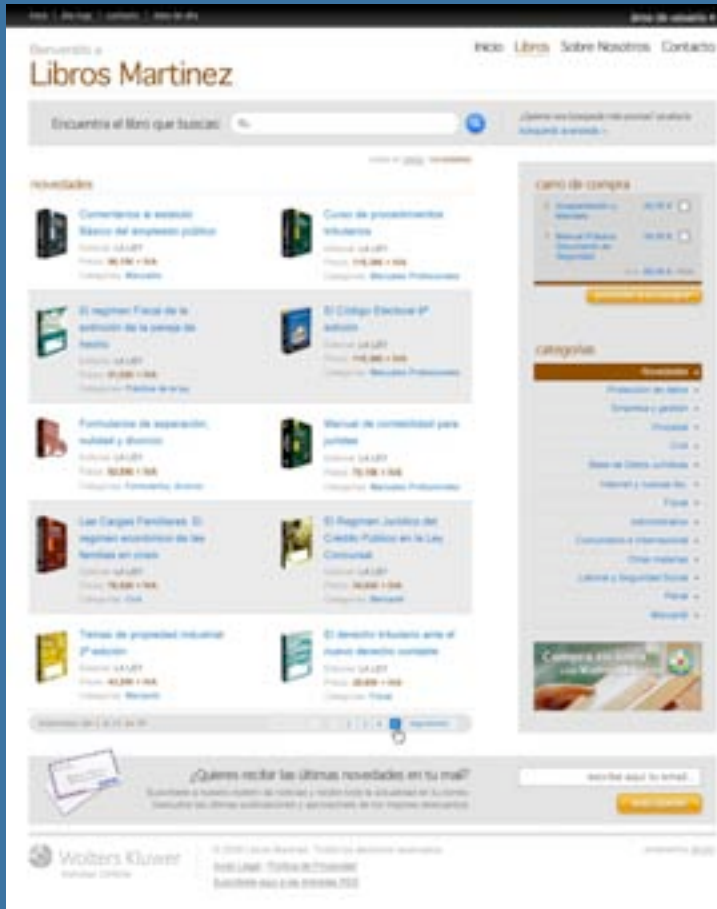


Un buen diseño ...



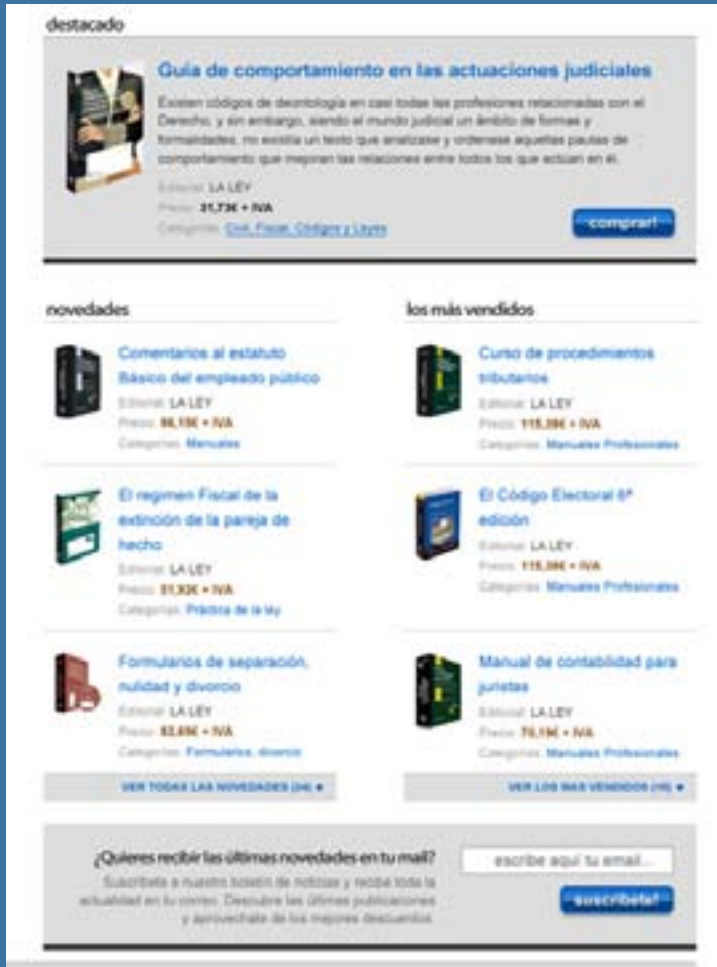
- Diseño basado en los contenidos
- Presencia de escaparates
- Navegación clara
- Secciones promocionales
- Optimización de buscadores

Facilidad de uso ...



- Catálogo de recursos y servicios culturales visible
- Acceso al catálogo por categorías y escaparates. Por tipología.
- Carrito de la compra visible
- .
- Proceso de la compra claro y rápido.
- Potente buscador.
- Registro de usuario opcional.
- Ficha de la obra o servicio detallada.

Accesible ...



- Catálogo de recursos culturales accesible.
- Obra o servicio destacado con diseño especial.
- Tamaño del texto óptimo.
- Acceso a los productos de forma directa.
- Secciones divididas en escaparates

Elementos básicos de una Tienda Online

Teniendo en cuenta los tres pilares, podemos organizar los elementos de una Tienda Online en:

Front End

Catálogo de recursos, obras,
servicios

Carrito de compra

Mecanismos de promoción y ofertas

Motor de búsquedas

Proceso de compra

Información corporativa

Registro y área de usuario

Back End

Medios de pago

Impuestos

Logística

Informe de ventas

Estadísticas de acceso

Catálogo de recursos y servicios culturales

El catálogo de recursos y servicios culturales es nuestra carta de presentación a los clientes:

- Transmitir **confianza y seriedad**
- **Completa ficha de producto o servicio** con uso de material gráfico y multimedia (videos, podcast, otros).
- **Organización jerarquizada** de los recursos y servicios culturales para facilitar el acceso.
- **Navegación sencilla y clara.**
- Uso de **escaparates de productos** con un mensaje claro y directo: obras destacadas, últimas novedades, lista top, etc.



Recursos culturales on line



Carrito de la compra

La cesta o carrito de la compra es un elemento indispensable en la Tienda Online. Debe contener las siguientes características para que sea fácil de usar:

- Ofrecer la posibilidad de **añadir, eliminar o modificar** los productos.
- Estar **visible desde todas las páginas** del comercio, o al menos en el catálogo.
- Ofrecer a **simple vista**:
 - Las referencias compradas (especificando la cantidad).
 - Los gastos de envío.
 - Impuestos aplicables de forma directa.
 - Importe total del pedido



Recursos culturales on line



RIESGOS LABORALES EN HOSTELERÍA Y RESTAURACIÓN

AUTOR: PABLO HERNÁNDEZ, CARMELA DE
EDITORIAL: 978-84-96804
ISBN: 978-84-96804-20-3
AÑO: 2007
PRECIO: 26 €
Envío en 1 semana

+ datos



ATR 2008: ALOJAMIENTOS DE TURISMO RURAL

AUTOR: EDICIONES GAESA
EDITORIAL: GUIAS AZULES
ISBN: 978-84-8023-598-3
AÑO: 2007
PRECIO: 27,5 €
Envío en 2 días

+ datos



para ver el estado de la
cesta de la compra

clientes

Correo Electrónico

Clave

ENVIAR

Si no recuerdas tu
contraseña, pincha [aquí](#)

Si aún no te has dado de
alta, pincha [aquí](#)

UNED

▶ código penal

Promoción y ofertas de nuestras obras

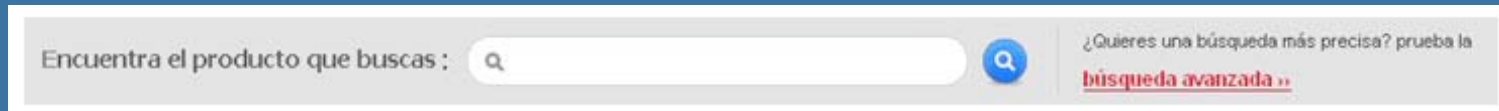
El **precio** es uno de los **factores más importantes** a la hora de atraer a un cliente. Existen varias estrategias que favorecen la compra y están vinculadas al precio:

- El **precio** de los productos debe estar siempre **bien visible**.
- Aplicación de **promociones y ofertas** especiales a producto.
- **Comunicar las promociones y las ofertas** de una forma clara, resaltando el precio habitual y el rebajado.
- **Ofrecer descuentos personalizados** por categorías de producto, tipos de cliente, cantidad mínima y máxima de compra, etc



Motor de búsquedas

Un **potente motor de búsqueda** facilitará que nuestras obras sean encontrados por nuestros clientes.



Un buen motor, favorece la navegación y elección del producto, de ahí que debe cumplir las premisas:

- Búsquedas por **diversos criterios de interés** como son: palabras clave, precio, categoría, nombre, etc.
- Debe **ofrecer siempre resultados** para dar sensación de robustez y buen funcionamiento.
- Mostrar **resultados sugerentes** cuando no coinciden con los criterios seleccionados.
- Ofrecer una **búsqueda directa** básica.
- Ofrecer una **búsqueda avanzada**.



Tipos de formas de pago

Las formas de pago más populares se agrupan en:

Métodos off-line

Contra Reembolso

Transferencia bancaria

Domiciliación bancaria

Métodos on-line

TPV

PayPal

Métodos Off-line

Contra reembolso

El pago se efectúa cuando el producto llega a manos de comprador.

Transferencia bancaria

Notificando al comprador el número de cuenta bancaria donde se debe realizar la transferencia para que se le gestione su pedido.

Domiciliación bancaria

Facilitar al comercio el número de cuenta del cliente para que se realicen el cobro. Esta forma de pago, tiene más sentido en un entorno B2B o servicios de suscripción periódica.

*El pago no se efectúa durante la realización de la compra,
se realiza a posteriori o de forma diferida.*

Métodos On-line

TPV

Pago mediante conexión telemática con una pasarela de pago de una entidad bancaria, en la cuál se solicitan los datos de la tarjeta de crédito para poder finalizar la compra.

PayPal

Recepción y envío de dinero en Internet de forma rápida y segura entre comprador y vendedor. Este método de Pago pertenece a la empresa norteamericana Ebay.

El pago se realiza en el mismo momento de la realización de la compra mediante conexión directa a través de una pasarela de pago o similar.

Mecanismos de Seguridad

Los requisitos de seguridad de un sistema de pago electrónico son los siguientes:

Autenticación de los datos

En todo método de pago tanto el comprador, como el comercio deben identificarse, para comprobar que no existe fraude.

Disponibilidad y fiabilidad

Es un elemento clave en el proceso de pago de una transacción, ya que en este instante no puede existir una pérdida del servicio.

Integridad

Integridad de la información. No puede haber forma de manipular la información o alterarla mientras se realiza una transacción electrónica.

Confidencialidad

Los datos que se envían en una operación electrónica no pueden ser visibles a terceros, de ahí que se empleen técnicas de encriptado y cifrado de la información.

Tendencias actuales

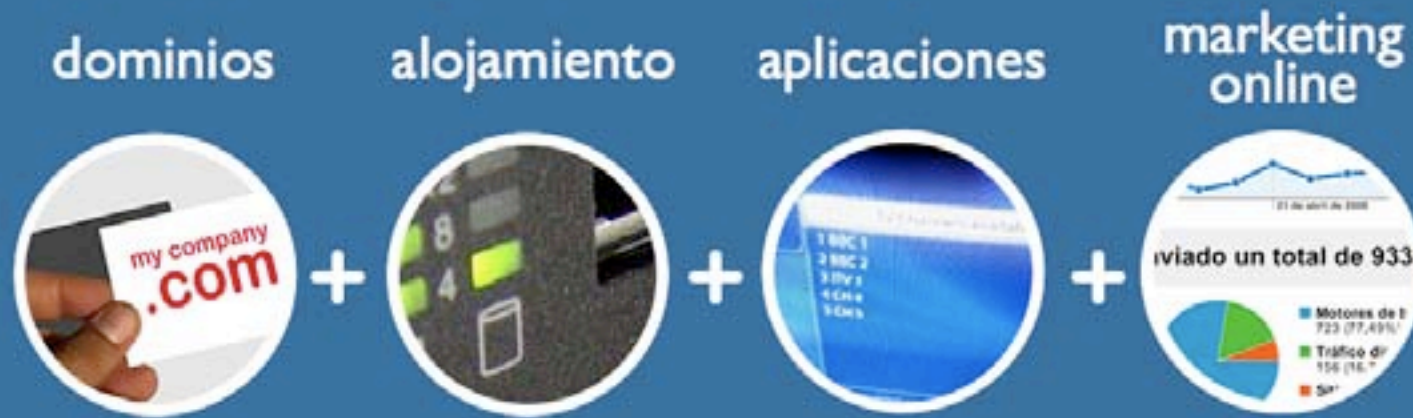
El comportamiento actual de la población en cuanto al uso de las formas de pago tenemos:

- Según el último estudio publicado por Red.es en el año 2008, el 54% de los compradores prefiere pagar sus compras online a través de la tarjeta de crédito.
- Las formas de pago mas utilizadas por la población española son:
 - Contra reembolso = 27,7%,
 - Transferencias bancarias = 11,7%
 - PayPal = 4,5%

Recursos culturales on line

¿Dónde consigo una solución Web?

los productos **XpressPack**



basados en un **asistente online**

Recursos culturales on line

cómo obtendré beneficios

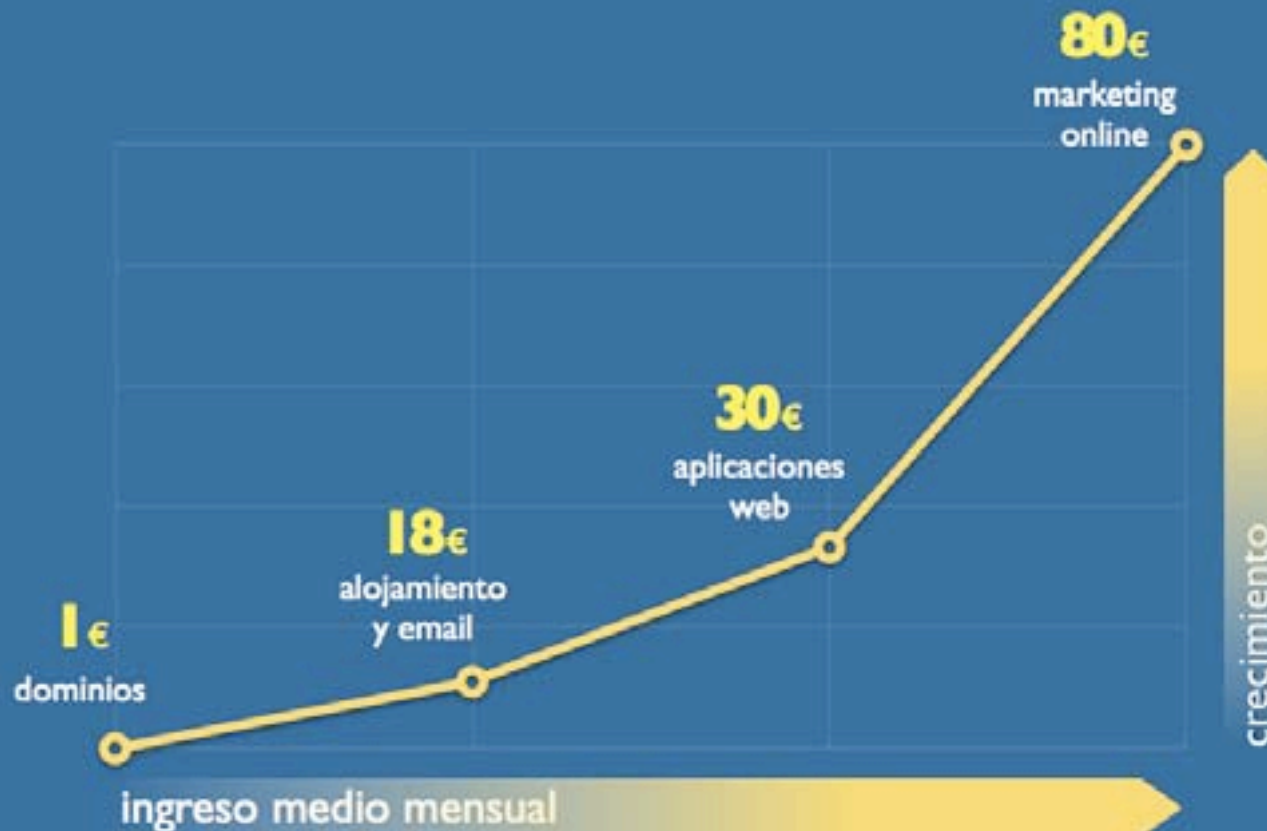
sus beneficios crecerán al ritmo
que lo hagan sus Clientes



Recursos culturales on line

incremento del ARPU

el objetivo es incrementar aprox. 35€ la factura mensual

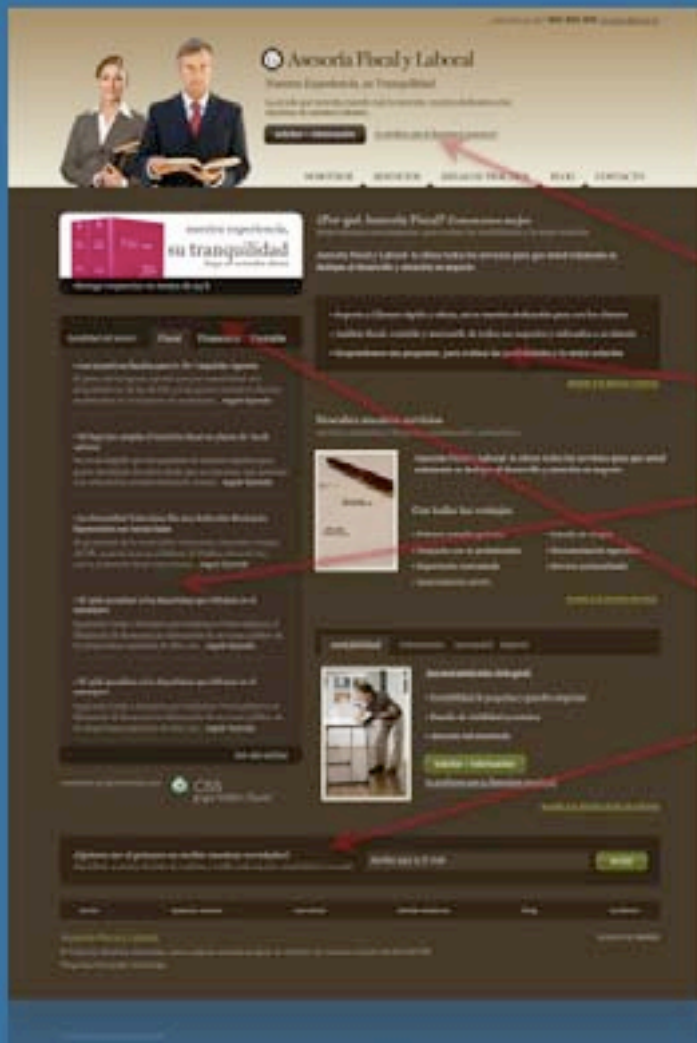


características

- ✓ plataforma totalmente online, se opera desde el navegador
- ✓ dos modos de uso:
 - online: generación directa por parte del cliente
 - producción: herramienta de productividad
- ✓ preparado para la venta a través de canal
- ✓ integrable con sistemas de billing y provisión
- ✓ solución modular personalizable por componentes

Recursos culturales on line

web corporativa, el punto de inicio



Orientación a negocio sectorial

- ✓ Captación de clientes
- ✓ Argumentos comerciales
- ✓ Sindicación de contenidos (in/out)
- ✓ Segmentación configurable
- ✓ Fidelización



Recursos culturales on line

tienda online, poniendo la web a trabajar



Orientación a la venta

- ✓ Red de soporte publicitario
- ✓ Escaparates de producto propio
- ✓ Optimizado para buscadores
- ✓ Segmentación de clientes para email marketing



landing pages, mejorando los resultados



Captación de contactos comerciales

- ✓ Formularios efectivos / llamada a la acción
- ✓ Contenidos enriquecidos
- ✓ Optimizado para buscadores y combinado con campañas online
- ✓ Página destino de campañas de email marketing

Recursos culturales on line

demini Tu perfil | 2 mensajes no leídos **NUEVO!** | [salir]

[Panel de Control](#) [Hacer cambios en tu web](#) [Ampliar servicios](#)

Te recomendamos...
Comienza por poner tus productos principales en el [Catálogo de productos](#). Como ejemplo, echa un vistazo a cómo lo hizo Gómez.









Secciones de tu web

- [Inicio](#)
- [Inform. contacto](#)
- [Catálogo productos](#)
- [Catálogo servicios](#)
- [Galería fotos](#)
- [Galería videos](#)
- [Noticias](#)
- [Cambiar plantilla](#)
- [Modificar secciones](#)

¿Tienes dudas?
- [escríbenos](#)
- llámanos: 902 21 41 21
- o te llamamos nosotros

Catálogo de Productos > Secciones

Aquí puedes añadir productos que se mostrarán en tu web y ordenarlos en categorías.

 Derecho 360 items hacer cambios	 Empresa 5 items hacer cambios	 Escaparate banner 22 items hacer cambios
 Los más vendidos 10 items hacer cambios	 Manuales Universitarios 15 items borrar hacer cambios	 Marketing 71 items hacer cambios
 Novedades 110 items hacer cambios	 Textos Legales 50 items borrar hacer cambios	Añadir Productos

Panel de Control

Hacer cambios en tu web

Ampliar servicios

¿Cuánta gente visita su web?

hasta ahora has tenido **1.254** Visitas



[saber más »](#)

¿Desde dónde visitan?



[Ampliar](#)

[saber más »](#)

¿Desde qué páginas proceden?

1. <http://www.google.es>
2. <http://www.yahoo.es>
3. <http://www.directorio-empresas.com>
4. <http://www.paginas-amarillas.es>
5. <http://www.icex.es>

[saber más »](#)

¿Qué buscaban?

1. [plásticos madrid](#)
2. [proveedor plásticos](#)
3. [industria plásticos madrid](#)
4. [mayorista plásticos](#)
5. [fuentabrada plásticos](#)

[saber más »](#)

Periodo de prueba

te quedan **15** días

[contratar ahora »](#)

Recomendamos

[Crea un boletín para mantener a los usuarios al tanto de sus novedades](#)

Un boletín de noticias o Newsletter te permitirá tener a tus clientes informados sobre ofertas, promociones, nuevos...

[saber más](#) [crear una newsletter »](#)

[Anuncia tus productos o servicios en Google](#)

El sistema AdWords de Google te permite insertar publicidad de tu negocio a un precio reducido y con gran visibil...

[saber más](#) [empezar a anunciarme »](#)

¿Necesitas ayuda?

Puedes consultar nuestra sección de ayuda online.

[» Ayuda Tractes »](#)

O puedes llamarnos directamente para que nos plantees tus dudas.

¿Qué tengo que hacer?

1º PASO: preguntarse: ¿que tipo de presencia queremos tener?

OPCIÓN A: Presencia exclusiva:

Con dominio propio (www.micomercio.com), y una solución de comercio electrónico exclusiva y personalizada a nuestro negocio.

OPCIÓN B: Presencia compartida:

No tenemos un dominio propio (www.lastiendasdelbarrio.com/micomercio)
Formamos parte de un portal multisite donde nuestro negocio convive con otros del mismo y diferente sector. Se comparte la plataforma tecnológica con el resto de usuarios del portal.

Ejemplos: portalatino.com, etc

¿Qué tengo que hacer?

2º PASO: Elegir modelo para llevar a cabo nuestro proyecto

OPCIÓN A: Desarrollo propio:

Menos frecuente, requiere de equipo técnico propio.

OPCIÓN B: Proveedor Tecnológico Externo:

1- Modelo por uso de licencia → hacemos uso del producto de Tienda Online que dispone el proveedor en el mercado, a cambio de una cuota de alta y mantenimiento.

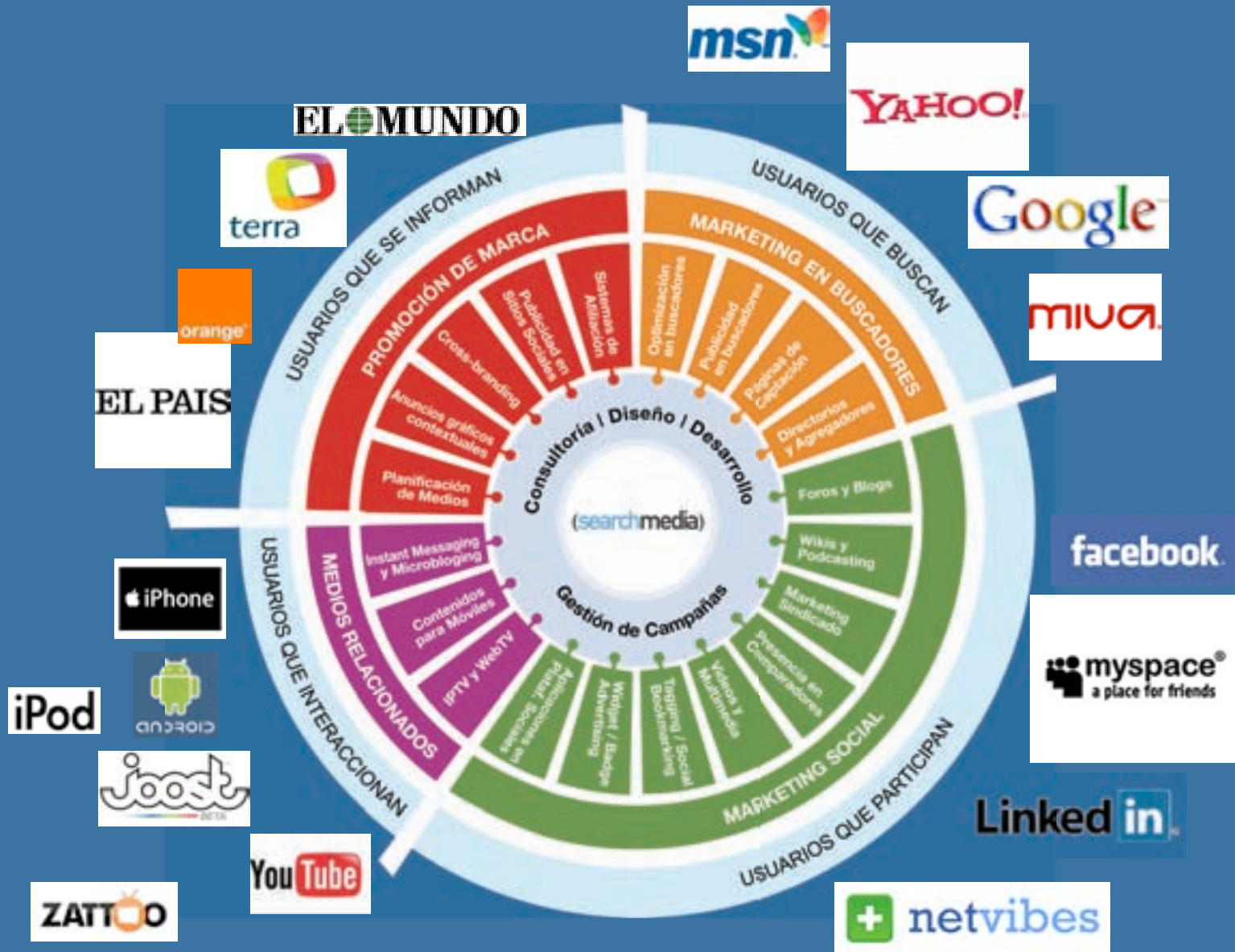
2- Modelo SaaS → distribución del software y servicios al comercio. Se pone a disposición del comercio el conjunto de herramientas disponibles para poder desempeñar su negocio

▣

Recursos culturales on line

Promociónate.Online

Recursos culturales on line



Recursos culturales on line

marketing online 360°, paquetes de servicio



Marketing Online

Presencia 150€/mes	Posicionamiento 300€/mes	Captación 600€/mes
Tú estás en Internet	Tú estás en Internet + Bien posicionado	Tú estás en Internet + Bien posicionado + Captando Clientes
Visibilidad en internet	Visibilidad en internet	Visibilidad en internet
Alta en buscadores ✓	Alta en buscadores ✓	Alta en buscadores ✓
Alta en directorios ✓	Alta en directorios ✓	Alta en directorios ✓
Directorios sectoriales ✓	Directorios sectoriales ✓	Directorios sectoriales ✓
Directorios internacionales Opcional	Directorios internacionales Opcional	Directorios internacionales Opcional
Visibilidad local ✓	Visibilidad local ✓	Visibilidad local ✓
Posicionamiento en buscadores	Posicionamiento en buscadores	Posicionamiento en buscadores
Posicionamiento 3 criterios búsqueda	Posicionamiento 5 criterios búsqueda	Posicionamiento 10 criterios búsqueda
Optimización sitio web Opcional	Optimización sitio web Opcional	Optimización sitio web Opcional
Informe mensual ✓	Informe mensual ✓	Informe mensual ✓
Publicidad instantánea	Publicidad instantánea	Publicidad instantánea
Pago por clic Opcional	Pago por clic 1000 clics / mes	Pago por clic 2000 clics / mes
Página de aterrizaje Opcional	Página de aterrizaje Opcional	Página de aterrizaje 1 página semestral
AdManager ✓	AdManager ✓	AdManager ✓
Campañas email marketing	Campañas email marketing	Campañas email marketing
Plantillas de boletines ✓	Plantillas de boletines ✓	Plantillas de boletines ✓
Envío de boletines 500 destinatarios	Envío de boletines 2000 destinatarios	Envío de boletines
Campañas de prensa Opcional	Campañas de prensa 1 nota bimensual	Campañas de prensa 1 nota mensual
MailingXpress ✓	MailingXpress ✓	MailingXpress
Gestor marketing online 1 hora	Gestor marketing online 2 horas	Gestor marketing online 3 horas

Recursos culturales on line

email marketing, acción segmentada



demini selector de aplicaciones: Gestión

Proyectos Soporte Documentación **Gestor de Boletines** Motor de búsqueda Sistemas Cuenta Ayuda

Manual Internet

saldo de mensajes: 0 limitados | 5 créditos | comprar

Gestor de boletines

inicio > boletines de DEMINI > boletines

BOLETINES

- crear boletín
- listar boletines

CARPETAS

- crear carpeta
- listar carpetas

DESTINATARIOS

- crear grupo destinatarios
- listar grupos

1. Configuración del boletín

Título del boletín: Introduzca el nombre del boletín

De (Nombre): Este nombre aparecerá en el correo electrónico

Email: Dirección de correo electrónico

Asunto: Procure que sea un asunto atractivo

Código inicial: Variable de referencia para el correo electrónico

Identificador de boletín: **BOPKE6M48J** Este identificador me ayudará a encontrar el boletín. **PARA QUÉ SIRVE?**

2. Destinatarios del boletín

Grupos de destinatarios:

- Boletín para Ofertas y Novedades y para Jurídico Derecho.com
- Campaña agencias de viajes
- Campaña club deportivos
- Campaña hoteles varios**
- Clientes que se han ido
- Clientes que se han ido
- Clientes que se han ido
- Clientes que se han ido

Escoja los grupos de destinatarios a los que desea enviar el boletín. Para seleccionar múltiples grupos, mantenga pulsada la tecla Ctrl y pinche en aquellos que desea seleccionar. Haga clic Aceptar en el mensaje para guardar sus cambios. Para cancelar, haga clic en Cancelar. Para volver a la pantalla anterior, haga clic en Volver.

Nombre	Progreso	Leídos	Progreso	Leídos	Editar	Ver	Borrar
	50%	25	50%	25			
	100%	744	100%	744			
	100%	801	100%	801			
	100%	10	100%	10			
	100%	4	100%	4			

Conoce y gestiona tus clientes (CRM)

Es importante tener un control y gestión de la relación con tus clientes y colaboradores haciendo uso de una aplicación CRM:

-Ventajas y Beneficios:

- **Segmentación de cliente.** Identificación de clientes potenciales.
- **Seguimiento** y mejora de las relaciones con clientes y colaboradores.
- **Mejora en la gestión** y clasificación de la información.
- **Mejorar de nuestro servicio.**
- **Conoce y fideliza a tus clientes**

Fideliza a tus clientes

- Haz llegar tus recursos culturales y servicios a tus clientes bajo una estrategia de fidelización y promoción de tus productos.

- Herramienta de envío masivo de boletines:

- > Configuración de envíos.
- > Reporte y comparador de campañas.
- > Basado en plantillas gráficas. Fácil edición y gestión.
- > Gestión de destinatarios de las campañas. Segmentación de público.
- > Informe de resultados
- > Otras funcionalidades.



Mailingxpress
Mejora la comunicación con tus clientes.
Aprovecha las ventajas que te ofrece Internet para establecer una relación sólida y ventajosa con tus clientes.

[Infórmate](#)

¿te interesaría más hacer una campaña de publicidad en buscadores?

muchas gracias

Román García
www.searchmedia.es

902 024 490