



CÓMO ESTABLECER Y PONER EN MARCHA UN E-TRADE DESK

GUÍA 4

PLAN DE ACCIÓN

Para el establecimiento de un E-Trade Desk



GUÍA 4

PLAN DE ACCIÓN

Para el establecimiento de un E-Trade Desk

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
ELEMENTOS BÁSICOS DEL PLAN DE ACCIÓN	1
A. DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA	1
B. PLAN DE ACCIÓN.....	3
1. Productos y servicios que ofrecerá el e-Trade Desk	3
2. Programa de implementación	5
3. Infraestructura Física y Recursos Humanos.....	5
4. Plan de Marketing	6



PLAN DE ACCIÓN

Para el establecimiento de un E-Trade Desk

INTRODUCCIÓN

La experiencia acumulada de WTPF indica que es más probable que los e-Trade Desks sean exitosos si implementan un plan de acción basado en una estrategia de mercado realista. Para cumplir su papel para ayudar a las PYME a participar más ampliamente en los mercados internacionales y el comercio electrónico, el e-Trade Desk debe tener objetivos claros y una base de clientes bien definida.

Determinar los servicios de un e-Trade Desk sobre la base de un análisis de mercado implica definir cómo incorporar la flexibilidad suficiente para poder adaptar la estructura de servicios a las condiciones cambiantes del mercado. Esto implica explorar qué empresas es probable que se beneficien de los servicios de un e-Trade Desk, qué tipo de servicios es probable que resulte en una mejora del rendimiento de las PYME en el comercio internacional y el comercio electrónico, y cómo comercializar estos servicios. El marketing es un aspecto extremadamente importante, al promocionar la marca WTPF, el e-Trade Desk se beneficiará de una imagen consolidada a nivel internacional. Los servicios centrales proporcionados por WTPF también son una excelente ancla para la comercialización de servicios adicionales del e-Trade Desk.

El Plan de Acción del e-Trade Desk debe cubrir un período de 2 años. El presente documento establece algunos de los elementos básicos involucrados en la elaboración del plan con la intención de servir como guía para abordar aquellos aspectos conducentes a un funcionamiento exitoso. Cada e-Trade Desk puede moldear su Plan de Acción a sus necesidades específicas y circunstancias locales, en la medida en que éstas se encuentren dentro de los límites de los Términos y Condiciones... documento firmado con WTPF.

ELEMENTOS BÁSICOS DEL PLAN DE ACCIÓN

A. DESCRIPCIÓN Y ESTRATEGIA

El plan de acción debe comenzar con una descripción del e-Trade Desk, su función y objetivos, su visión (lo que le gustaría que lograra), y su mercado objetivo. La posición formal del e-Trade Desk, interacción y responsabilidades dentro de la institución anfitriona y una breve descripción de WTPF también debe incluirse.

Los objetivos del e-Trade Desk deben situarse en el contexto de:

a) la comunidad empresarial local:

- Se debe dar una breve descripción del papel y las actividades de la institución anfitriona. Tal vez la institución anfitriona ya está comprometida en ayudar a las PYME a ingresar a los mercados internacionales y por lo tanto comparte los objetivos de WTPF. ¿Tiene la institución anfitriona un buen conocimiento del mercado local para ponerlo a disposición de otros e-Trade Desks o Trade Points? ¿La institución anfitriona tiene vínculos estrechos con las empresas locales? ¿Cuál es la naturaleza de la

¿relación? ¿La institución anfitriona brinda cursos de capacitación y otras herramientas que podría proporcionar a la comunidad e-Trade Desk y Trade Point/WTPF?

- ¿Se asociará el e-Trade Desk con otras entidades para brindar algunos de sus servicios? Dar detalles de estas asociaciones (la forma legal y la naturaleza/contenido de los acuerdos)

b) La Federación Mundial de Trade Points: ¿cómo contribuirá el e-Trade Desk al funcionamiento y objetivos de la Red e-Trade Desk en su conjunto y constituye un activo para WTPF?

Definir el plan de acción del e-Trade Desk consiste básicamente en mostrar cómo se pretende obtener una ventaja competitiva en el mercado objetivo. Para la evaluación de las condiciones del mercado local en sección estratégica puede hacer uso de los mismos datos de análisis de mercado que recopiló para el Documento de Antecedentes. Los siguientes son algunos de los puntos a tratar:

La demanda de los servicios del e-Trade Desk: ¿Cuál es el mercado potencial para los servicios del e-Trade Desk? Comente el número de empresas exportadoras/importadoras en el área cubierta por el e-Trade Desk y otras entidades que podrían estar interesadas en los servicios de e-Trade Desk. Elabora aquí sobre la información inicial proporcionada en el Documento de Antecedentes que acompaña a la carta formal de solicitud para establecer un e-Trade Desk, y haga referencia a la masa crítica de empresas a las que se destinará el e-Trade ID, como se indica en el documento de Términos y Condiciones firmado.

¿Cuáles son los servicios que más demanda tienen? ¿Cómo es probable que el número de clientes potenciales continúe expandiéndose en los próximos dos años?

¿Qué vínculos existen ya entre la institución anfitriona y los clientes potenciales del e-Trade Desk? ¿Tiene la institución anfitriona una base de datos de clientes a los que también se les podría ofrecer servicios de e-Trade Desk? ¿Se instalará físicamente el e-Trade Desk en un lugar con buena visibilidad y de fácil acceso para empresarios? etc.

Nicho de mercado para e-Trade Desk: ¿Cómo se posicionará el e-Trade Desk en el mercado con respecto a la competencia existente? ¿Qué (grupos de) servicios proporcionará? ¿qué nicho de mercado piensa ocupar? En suma, ¿cuál será la ventaja competitiva de e-Trade Desk en este nicho particular en comparación con los competidores (si existen competidores)?

Obstáculos y cómo se abordarán: al describir cómo planea lograr sus objetivos, superando cualquier obstáculo y decidiendo los pasos necesarios a seguir, puede ser útil incluir un análisis de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (FODA). Llevar a cabo un análisis utilizando el marco FODA ayudará a centrar las actividades en áreas donde e-Trade Desk es fuerte y donde se encuentran las mayores oportunidades. La siguiente tabla proporciona una ilustración del tipo de conceptos a incluir.



B. PLAN DE ACCIÓN

Habiendo definido hacia dónde se dirige su e-Trade Desk, debe diseñar un plan de acción para llevarle allí. Esto implicará una descripción de las herramientas que se utilizarán para lograr sus objetivos, cubriendo una lista de los productos y servicios a prestar y el Plan de Marketing correspondiente.

1. Productos y servicios que ofrecerá el e-Trade Desk

Este es el núcleo mismo del Plan de Acción. Es de suma importancia que los servicios de e-Trade Desk estén bien diseñados para dirigirse al cliente objetivo identificado y para

mostrar que aporta valor para la institución anfitriona en lugar de competir con ella. Explique qué servicios ofrece la institución anfitriona, cómo los servicios de e-Trade Desk encajan en este esquema y cómo e-Trade Desk agregará valor para los servicios de la institución anfitriona.

Explique la naturaleza de los servicios individuales y/o paquetes de servicios que ofrecerá eTradeDesk, especificando cuáles serán proporcionados directamente por e-Trade Desk y cuáles serán proporcionados por las instituciones asociadas. ¿Se pueden clasificar los clientes potenciales de e-Trade Desk en diferentes segmentos de mercado (por ejemplo, por tamaño y área de actividad, extranjero/local, gobierno/sector privado)?

Puede resumir la información sobre los principales productos y servicios del e-Trade Desk en una serie de tablas usando el siguiente ejemplo:

- Nombre del producto o servicio
- Descripción
- Segmento de mercado objetivo proporcionado por el personal del e-Trade Desk en cooperación con un socio
- Modo de entrega
- Precio
- Recursos necesarios para el desarrollo y suministro del producto/ servicio
- Fecha de entrega

Servicios mínimos que se espera que brinde un e-Trade Desk funcional.

Recuerde que para que se le otorgue el estado funcional, un e-Trade Desk debe tener presentado a WTPF la información para su perfil web y **ofrecer al menos:**

- los servicios incluidos en el módulo de servicio **e-Trade Desk CENTRAL** (ver el primer módulo de las Directrices de **PAQUETES DE SERVICIO de e-Trade Desk**)
- asesoramiento y consulta sobre todos los aspectos de las transacciones internacionales y de comercio electrónico
- información sobre los proveedores de servicios relacionados con el comercio en el país y la gama de servicios que ofrecen a los clientes

Una palabra sobre el perfil de e-Trade Desk presente en el sitio web de WTPF.

La WTPF ha proporcionado un sitio web dinámico con amplia información de alta calidad relacionada con el comercio y herramientas en las que cada e-Trade Desk tendrá su perfil insertado por WTPF. El e-Trade Desk debe asegurar una actualización constante de su propio perfil mediante el envío a la WTPF de información actualizada periódicamente.

El e-Trade Desk debe haber insertado claramente en la página de inicio de la entidad anfitriona el e-banner con el enlace al sitio web de WTPF.

E-Trade ID. Entrega junto con WTPF de una masa crítica de empresas locales y expansión progresiva de la base de datos requiere que el e-Trade Desks incluya en su Plan de Marketing una estrategia destinada a aumentar el número de empresas participantes en el sistema.

Sistema de confianza ETO. Se espera que los e-Trade Desks elaboren un plan para la recopilación y difusión de oportunidades de comercio electrónico a nivel local, ya sea por correo electrónico, sitio web, fax, boletín o newsletter, o de manera dirigida (alertas comerciales para categorías específicas de oportunidades) y también para cargar de forma rutinaria oportunidades comerciales en el sistema de confianza ETO. Explique cómo esto se llevará a cabo y de dónde se obtendrán los contactos comerciales.

Algunos ejemplos de servicios adicionales que pueden ser proporcionados por e-Trade Desks.

<p>Servicios de información general</p> <ul style="list-style-type: none"> • Perfiles de mercado, e-Impo/Expo/ Guías de inversión • Boletín electrónico con novedades empresariales 	<p>Servicios de match-making</p> <ul style="list-style-type: none"> • Búsqueda de socios comerciales virtuales y coincidencias con ETO; participación en ferias comerciales electrónicas; reuniones virtuales de compradores y vendedores
<p>Investigación de mercado</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudios de mercado a medida / Encuestas de precios 	<p>Consultoría</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aspectos legales del comercio electrónico internacional • Planes de negocios
<p>Facilitación de Negocios</p> <ul style="list-style-type: none"> • Servicios de Business Center: diseño e impresión de documentación promocional; servicios de traducción/interpretación; organización de visitas y entrevistas comerciales 	<p>Servicios de comercio electrónico/tecnologías de la información</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseño de páginas web (presentaciones de empresa, catálogos virtuales...), diseño e implementación de bases de datos, diseño y producción de productos multimedia;
<p>Capacitación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Webinars sobre temas específicos relacionados con el comercio • Campañas web y eventos online para empresas 	<p>Servicios relacionados con transacciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisión de certificados de comercio • Transporte de carga • Despacho de aduana • Servicios de seguros • Pagos Internacionales

2. Programa de implementación

El cronograma de implementación se puede presentar de manera más útil en forma de cronograma o gráfico. Si se prefiere el texto, el cronograma debe estar claramente definido.

3. Infraestructura Física y Recursos Humanos

Describa la infraestructura de la oficina, la configuración de la estructura organizativa que estará disponible en el e-Trade Desk.

En cuanto a la estructura TIC, consulte la **GUÍA 6 Requisitos TIC**.

Recursos humanos:

Proporcione detalles de la estructura de recursos humanos del e-Trade Desk. Describa las competencias presentes en el e-Trade Desk ¿En qué campos tiene/tendrá el personal un fuerte conocimiento? ¿Dónde se pueden producir cuellos de botella?

4. Plan de Marketing

¿Cómo se promocionará el e-Trade Desk entre sus grupos destinatarios? ¿Qué canales y materiales de comunicación se utilizarán?: seminarios, eventos, emisiones de radio, anuncios de televisión, folletos, listas de correo electrónico, banners en línea, informes sobre las actividades de e-Trade Desk, etc.

¿Cómo se gestionará la promoción inicial relacionada con el lanzamiento del e-Trade Desk? (¿A quién se invitará, qué se presentará, etc.) ¿Cómo se mantendrá la promoción a partir del lanzamiento? ¿Con qué periodicidad/en qué ocasiones se abordará a los grupos objetivo? ¿hay campañas/eventos especiales de marketing planificados? Proporcione detalles.

¿Cómo fomentará e-Trade Desk las buenas relaciones con la prensa? ¿Qué contactos existen ya? (La aparición frecuente y positiva en la prensa es una forma muy efectiva y "objetiva" – en comparación con publicidad paga – de promocionar el e-Trade Desk y sus servicios.)

¿Cómo se gestionará el marketing interno de e-Trade Desk frente a la institución anfitriona para que este último considere el e-Trade Desk como un activo?

Métodos promocionales: la promoción directa se concentra en medios de comunicación más directos con clientes potenciales e incluye medios como:

- llamadas telefónicas de contacto cara a cara
- promoción personalizada por fax, correo postal y correo electrónico
- contactos en línea personalizados

Argumentos a favor de este tipo de promoción: permite una retroalimentación inmediata y enfoques de promoción personalizados y ayuda a construir relaciones de lealtad. La desventaja es que puede ser relativamente costoso y no efectivo si las tasas de respuesta son bajas.

La promoción indirecta incluye la promoción a través de:

- anuncio en la radio/TV
- anuncios/artículos en la prensa
- publicidad en folletos, carteles, volantes
- promoción en el sitio web
- promoción a través de socios, distribuidores, agentes, etc.

Argumentos a favor: su bajo coste y mayor audiencia potencial. Sin embargo, no está enfocado y por lo tanto, puede no resultar en una alta tasa de respuesta. Por esta razón, es difícil evaluar su impacto.