

# Tipos de comercio electrónico y canales de comunicación digital



# Tipos de comercio electrónico

## Contenido

- Tipos de comercio electrónico por tipo de cliente
- Tipos de comercio electrónico por valor añadido al cliente



# TEMA 1

*«Mantente cerca de tus clientes. Tan cerca que seas tú el que les diga lo que necesitan mucho antes de que ellos se den cuenta de que lo necesitan»*

Steve Jobs



# INTRODUCCIÓN

- El comercio electrónico tiene variadas formas, cada una con sus bondades y limitaciones. Hay algunos modelos más conocidos que otros, pero todos proveen un medio para llegar a distintos mercados meta.
- Los canales de comunicación en medios digitales son los medios para la atracción, retención y conversión de clientes. Es posible el uso del multicanal, haciendo la combinación de ellos que más convenga a la empresa.





# Tipos de comercio electrónico por tipos de cliente

**B2B Business to business - negocio a negocio**

- Relación de empresa con clientes empresariales, distribuidores o detallistas

**B2C Business to consumer - negocio a consumidor**

- Relación de empresa con consumidores finales

**C2C Consumer to consumer - consumidor a consumidor**

- Transacciones financieras o informáticas entre consumidores, pero generalmente mediadas a través de un sitio de negocio

**C2B Consumer to business - consumidor a negocio**

- Consumidores que se acercan a un sitio de negocios con una oferta

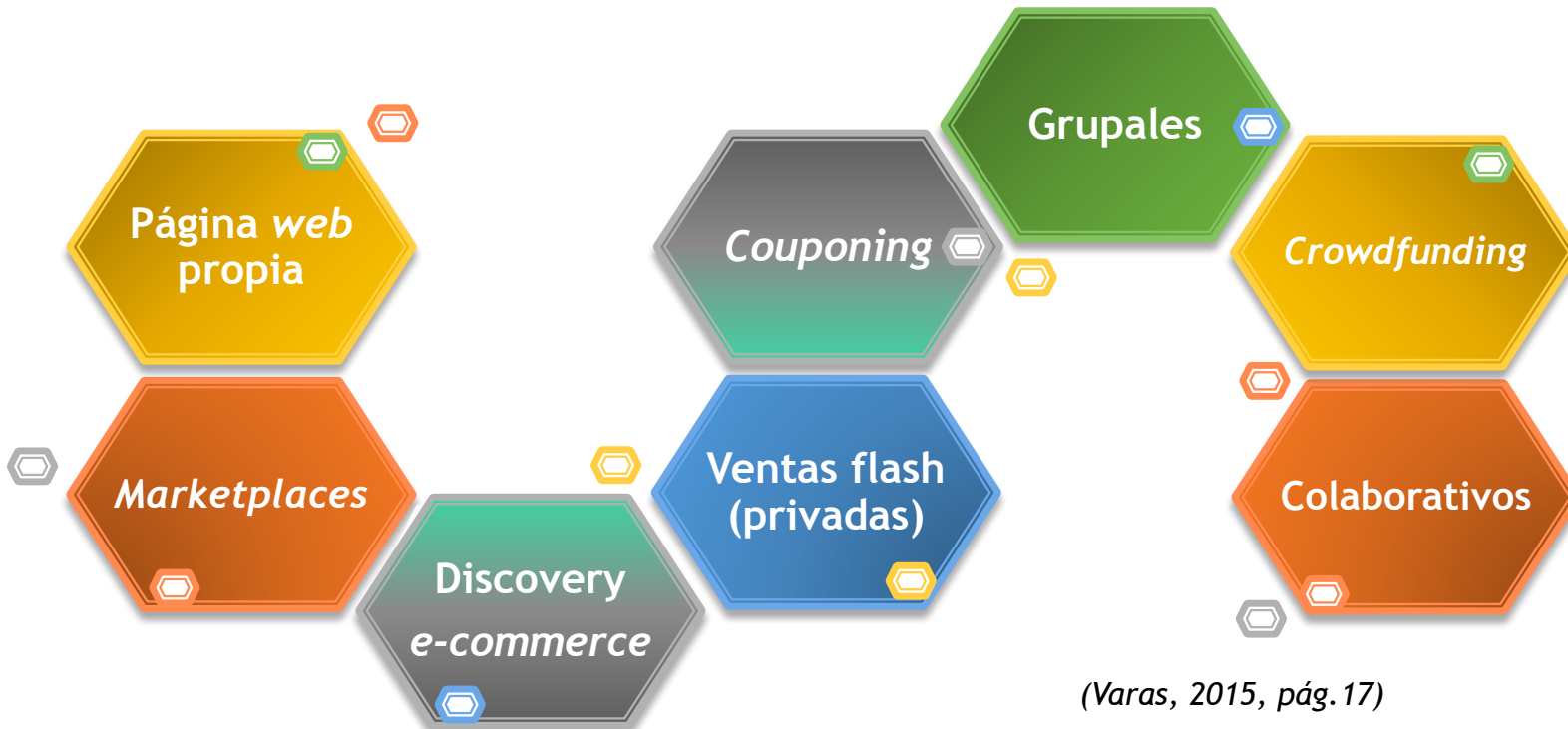
Otro tipos de comercio electrónico incluyen:  
B2E - *Business to employee*, negocio a empleado  
B2G - *Business to government*, negocio a gobierno  
G2C - *Government to consumer*, gobierno a consumidor, entre otros.

Incluyendo las relaciones inversas para cada uno de ellos o bien combinaciones mixtas como *B2B2C* (negocio a negocio a consumidor)

**Business to social (B2S)** es la reciente concepción de *negocio a personas* entendido como modelo dentro del mundo digital donde se considera que “*detrás de un clic, hay una persona*”.  
(Adán, et al, 2016)

(Chaffey & Ellis-Chadwick, 2016, pág.22, y Varas, 2015 pág. 17 )

# Tipos de comercio electrónico por valor añadido al cliente



(Varas, 2015, pág.17)

Investiga sobre los modelos de comercio electrónico



- Varas, F. (2015). Manual de comercio electrónico para la internacionalización. ICEX. Modelos de venta por valor añadido al cliente (1.4.2 y 2.2.5). <https://bit.ly/2Y9agv1>
- Bernal, W. (2019). Todo sobre las ventas. RD Station. <https://www.rdstation.com/mx/ventas/>



# Referencias

- Adán, P., Arancibia, A., López, A., Ramírez, J. L., Sospedra, R., y Valladares, Á. (2016). *Business to Social Marketing Digital para empresas y personas* (1a ed.). Alfaomega.  
<https://udgmulti.bibliotecasdigitales.com/read/9786075383224/notes>
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2016). Introducing digital marketing. En D. Chaffey, & F. Ellis-Chadwick, *Digital Marketing. Strategy, Implementation and Practice* (6a ed). Pearson.
- Varas, F. (2015). Desde la óptica de la topología del cliente (1.4.2 y 2.2.5). *Manual de comercio electrónico par la internacionalización*. ICEX. <https://bit.ly/2Y9agv1>
- Bernal, W. (2019). *Todo sobre las ventas*. RD Station. <https://www.rdstation.com/mx/ventas/>



# Créditos



Responsable de la publicación: UDGVirtual

Asesora pedagógica: Aime Ramirez García

Corrección de estilo: Ana Machado

Actualización: Agosto de 2023



UNIVERSIDAD DE  
GUADALAJARA  
Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

 UDGVIRTUAL®