

Todas ellas tienen sus pros y contras: tabla comparativa

	Facilidad de acceso a nuevos clientes	Esfuerzo necesario	Coste	Control	Fidelización	Visibilidad del comercio
Tienda online	Bajo	Mucho: posicionar, actualizar, diseñar	Alto: publicidad, mantenimiento...	Total, su principal ventaja, eres el poseedor del cliente	Permite mantener comunicación con el cliente y adaptarse a ellos	Mucha: es un escaparate más de tu comercio
RRSS	Medio	Realizar las publicaciones y responder a los cliente	No tiene un coste directo	Total, al ser tus redes tú manejas el contenido y eres poseedor del cliente	Permite mantener comunicación con el cliente y adaptarse a ellos	Mucha: es un escaparate más de tu comercio
Marketplace	Alto	Subir los productos y mantenerlo actualizado	Las comisiones por venta en algunos casos o un fijo al mes en otros. Otros gratuitos	Pierdes el control, el control del proceso de compra, no es tú cliente...	Es más complicado realizar una estrategia de fidelización	La imagen es del MP
Email	Nulo	Bajo, diseñar y realizar un mailing	Bajo, hay herramientas gratuitas	Total, tú defines el contenido y los destinatarios	Justamente es una herramienta para fomentarlo	Mucha: es un escaparate más de tu comercio
Whatsapp	Nulo	Depende del formato elegido para este medio	Ninguno	Total, tú defines el contenido y los destinatarios	Justamente es una herramienta para fomentarlo	Aunque puedes adaptarlo que mandas otras herramientas no permiten tanta personalización
Dropshipping	Bajo	Mucho: posicionar, actualizar, diseñar	Tiene los mismos gastos que una tienda online pero mucho más beneficio	Total, su principal ventaja, eres el poseedor del cliente	Permite mantener comunicación con el cliente y adaptarse a ellos	Mucha: es un escaparate más de tu comercio
Venta por afiliación	Bajo	Mucho: Generar contenido, confianza con el cliente, lograr influencia	Normalmente se emplean herramientas gratuitas pero el esfuerzo en tiempo es mucho	Total, su principal ventaja, eres el poseedor del cliente	Permite mantener comunicación con el cliente y adaptarse a ellos	Los afiliados no suelen tener comercio, recomiendan las marcas/negocios que les pagan