

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

DISEÑO DE UN ECOMMERCE

¿Qué es el diseño e-commerce?

- Entre las diferentes páginas web que hay en internet, se encuentran las tiendas online.
- En estas el diseño e-commerce cobra mayor importancia. Aquí se ha de marcar una diferencia considerable con otros portales como podrían ser una ONG, una marca que distribuye productos por medio de terceros, una web estatal... Cuando se trata de una tienda, el objetivo es el de la venta directa.
- Para una web que vende productos, sin importar si se trata de artículos físicos, digitales o servicios, hay que tener en cuenta dos aspectos fundamentales que están ligados entre sí y que resumen las claves del éxito: los elementos de diseño y la usabilidad. Actualmente, estos conceptos están muy desarrollados y se incluyen en una estrategia de diseño UX/UI.
- El concepto UX (User Experience) es lo que ve el usuario en un sitio web. El concepto UI (User Interface) se relaciona con la forma en la que el cliente se mueve por las páginas de internet o su experiencia de navegación. Te explicaremos la función de cada uno y cómo debe ser el desarrollo de tiendas online y otros espacios virtuales. Comenzaremos por el diseño web.



Diseño UX en una página e-commerce

Todos los aspectos de un diseño UX apropiado para una página e-commerce pueden resumirse en tan solo una palabra: “atractivo”. Si el cliente entra y lo que ve le gusta, es casi seguro que se quedará y adquirirá algún producto. Por el contrario, si el aspecto no es agradable, está anticuado o es extremadamente complejo, no sentirá esa atracción. Estas son algunas de las claves que han de tenerse en cuenta:

1.-Estructura

La estructura de una web es como su esqueleto, sobre este se colocará toda la información que llevará al cliente a realizar una compra en el entorno del comercio electrónico, así como al posicionamiento SEO por medio de los datos y textos que se introduzcan en las fotografías o los contenidos escritos. Las composiciones más efectivas suelen tener un carrusel en la parte superior en el que se muestran los productos más atractivos o las promociones. En los siguientes apartados se exponen los más demandados, los que mejores descuentos tienen o las últimas llegadas.

2.-Colores

Los colores tienen un efecto muy potente en los usuarios. Algunos, los corporativos, se identifican directamente con una marca. Otros se utilizan para mover los sentimientos de quien los ve; transmiten alegría, nostalgia, invitan a salir a la calle, a disfrutar de la estación del año... Por ejemplo, en e-commerce, es muy recurrente el color naranja en los botones ya que es un color dinámico y que llama a la acción. ¿Recuerdas el color de Amazon? ¡Exacto! Es naranja.

3.-Imágenes

Las imágenes de baja calidad, que no transmiten nada o que son utilizadas fuera de su contexto pueden arruinar una tienda online. En un e-commerce se deben emplear los medios visuales para llamar la atención, desde los banners hasta las fotografías de nuestros productos. Los banners, por ejemplo, tienen que comunicar. Cada espacio de tu tienda online cuenta y los productos deben verse bien para que los usuarios conozcan mejor aquellos en lo que están interesados. Y hay que recordar que siempre deben optimizarse para que la velocidad de la web no se vea afectada.



4.-Interacción

Los botones son claves para la conversión. Deben ponerse en el lugar adecuado. Un clic puede significar una venta inmediata. Si no se ven, puede que el cliente no dé el salto a la compra. Pero no solo eso, también deben llevar al cliente al lugar adecuado. Cada paso adicional que tenga que dar el comprador, siempre y cuando no se trate de un paso obligatorio, como la selección de una talla o color, puede hacer que la venta se enfríe y finalmente se quede en el carrito.

5.-Limpieza visual

Una web tiene que ser visualmente limpia. Para ello hay que dejar espacios, utilizar un texto adecuado y combinarlo bien. Hay que ordenar la información y jugar bien con las barras que se ocultan o las ventanas emergentes que se pueden cerrar. Por ejemplo, algunas empresas que invierten millones en el diseño de su web tienen una página extremadamente sencilla. Las imágenes son claras y sencillas, los fondos son monocromáticos y tienen muy pocas pestañas. La mayoría de los productos o servicios se muestran en la página principal, como si de una one page se tratase. El cliente no tiene dudas de cómo y dónde obtener lo que está buscando. Además, apenas se recurre a las ventanas emergentes. Tan solo lo hacen en ocasiones puntuales y con propósitos muy definidos.



6.-Diseño UI en una página e-commerce

Es muy importante prestar atención al diseño UI de la tienda online. La usabilidad y funcionalidad son básicas en una web orientada al e-commerce. Hay que hacer que sea agradable y de fácil navegación. Para ello se deben tener en cuenta aspectos como los siguientes:

7.-Rapidez

La velocidad a la que se abre una página de e-commerce es clave. Una web que se queda mucho tiempo en espera o que te lleva muy despacio de una página a otra, termina en el abandono de la compra, especialmente cuando hay más que ofrecen productos similares. Es necesario que las imágenes o los datos estén bien ajustados para que las búsquedas sean rápidas.

8.-Responsive

El diseño tiene que ser responsive, es decir, ha de estar adaptado tanto a la web como a los dispositivos móviles. La tienda no puede ser muy atractiva en un dispositivo y nada en otro. Recordemos que la mayoría de las compras se realizan con el smartphone, por lo que es una herramienta básica para la venta. Hay muchas tiendas que disponen de aplicación para iOS y Android, pero incluso en este caso ha de ser una app responsive. No es lo mismo abrirla en un dispositivo de 6 pulgadas que en uno de 10 pulgadas.

9.-Segura

Todas las webs tienen que ser seguras. Para ello, deben contar con un certificado SSL que se encarga de proteger los datos personales que el cliente va a dar. Los usuarios no confían en las webs que no cuentan con él. Es más, algunos buscadores tan siquiera dejan que se abran aquellas páginas que no lo tienen. También se debe garantizar esta misma seguridad a la hora de pagar. Ha de especificarse el sistema de seguridad que se emplea cuando se introduce la numeración de la tarjeta o se realiza el desembolso correspondiente.

10.-Pasarelas de pago

Las pasarelas de pago deben ser variadas y fáciles de utilizar. Aquellas tiendas que solo disponen de una o que llevan a portales externos y que conlleva muchos pasos disuaden a los compradores. Además, debe existir la posibilidad de guardar los datos para futuras compras. Ten en cuenta que incorporar en tu plataforma nuevos métodos de pago ayuda a la conversión porque es una manera de amoldarse a más tipos de usuarios y da una imagen más moderna. Eso, por no hablar de que en muchas entidades dan puntos por las compras con

su tarjeta y que podrían llevar al desánimo si no la pueden emplear en tu tienda online.

11.-Búsqueda inteligente

Hay muchos tipos de usuarios en e-commerce, pero hay dos grandes grupos identificados: los que utilizan siempre el buscador y los que van directos al menú. Por ello es esencial e imprescindible cuidar ambos itinerarios. El uso de herramientas externas como un buscador avanzado e inteligente hace esta tarea más fácil. Doofinder tiene la capacidad de entender y atender a los clientes potenciales. No importa si lo que se escribe en el apartado de búsqueda está incompleto o solo es aproximado, esta herramienta llevará al comprador directamente al producto que busca. Además, puedes incluir en la capa de búsqueda banners para comunicarte con los usuarios, los filtros que necesites mostrar y adecuar el look&feel a tu marca.



12.-Presencia en redes sociales

Los iconos sociales son otra de las partes fundamentales del diseño de una página web. No pueden faltar, para que aquellos que las utilizan habitualmente tengan la posibilidad de contactar contigo por medio de ellas e incluso de hacer compras por este medio. El acceso debe ser claro y directo, fácil de usar. Por supuesto, hay que introducir solo aquellas que sean apropiadas para el tipo de negocio y que puedan estar debidamente atendidas, si no, el efecto será justo el contrario al deseado.



¿Cómo conseguir el mejor diseño de páginas web ecommerce para tu negocio?

Conseguir que tu negocio en línea mejore y se convierta en todo un éxito no depende de un solo factor. Todo lo que te hemos explicado aquí te ayudará a mejorar las ventas y la relación con tu público objetivo. Es importante que analices cuáles son las mejores opciones en tu caso. Pero, si esto te resulta muy complicado, puedes pedir orientación.



¿Crees que el diseño e-commerce de tu tienda se puede mejorar?

- Recuerda que cuentas con profesionales que pueden ayudarte. Y no olvides que hay herramientas, como Doofinder, que son fáciles de implantar y de utilizar. Así mejorarás la percepción de tus clientes y las ventas aumentarán.
- Existen muchos tipos de páginas web en internet. Unas tienen el propósito de informar, otras facilitan la solicitud de ciertos servicios, otras son promocionales y también las hay que funcionan como tiendas online. Cada uno de estos portales tiene una función diferente y, por tanto, su apariencia es distinta. Te hablaremos del diseño web e-commerce.

