

PROGRAMA DE ESTUDIOS

DESARROLLO DE SISTEMAS DE INFORMACIÓN

**COMUNITY MANAGER Y
MARKETING DIGITAL**

Tema

**BASES PARA DISEÑAR UN
ECOMMERCE**

Razones por las que necesitas un sitio web de eCommerce

Al igual que con la creación de cualquier negocio, la construcción de un sitio web de comercio electrónico requiere un plan de negocios y una estrategia de marketing.

- Una vez que hayas decidido qué vender y cómo hacerlo, tendrás que comercializar tus productos a través de una tienda de eCommerce.
- Si todavía no estás seguro de vender en internet, ten en cuenta que iniciar un negocio de comercio electrónico ofrece mucha flexibilidad. Al no requerir ubicaciones físicas, las tiendas online son más fáciles y asequibles de poner en marcha.
- Además, asociarse con proveedores de servicios de mensajería permite a las empresas online vender productos a nivel mundial. Como resultado, puedes atraer a una gran base de clientes con tendencias de productos.

Veamos otras tres buenas razones para empezar a vender online.

1. Los clientes prefieren comprar en línea

En 2020, las preferencias de consumo de la población mundial se decantaron por las compras en línea. Dado que las ventas en línea representan casi el 19% de todas las ventas minoristas en el mundo, el sector del comercio electrónico está destinado a seguir creciendo.

Es fácil entender por qué cada vez más personas aprecian la comodidad de comprar en línea. Los clientes se benefician de diversas maneras, como por ejemplo

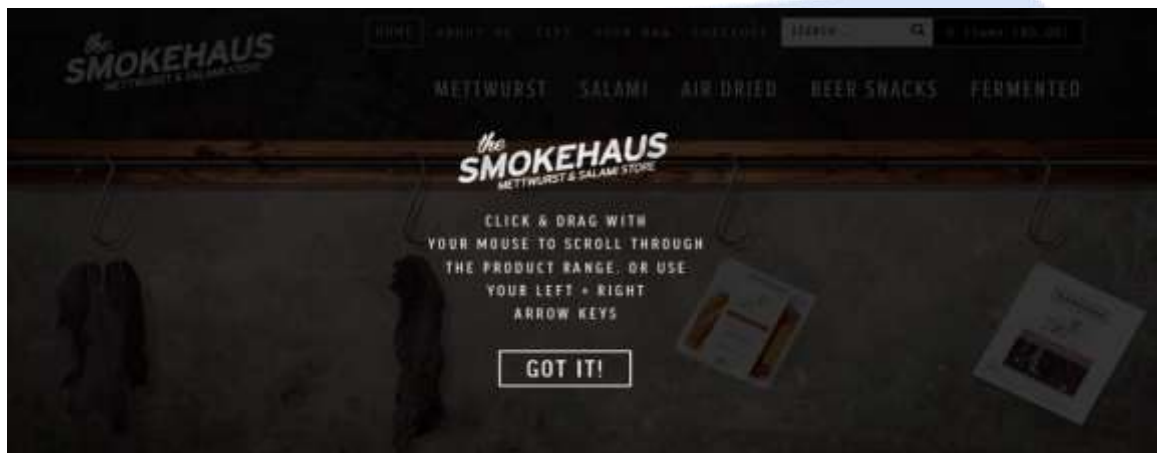
Envío gratuito

Cuando los clientes llegan a la página de pago, los gastos de envío pueden aumentar considerablemente el precio del artículo.

Por ello, los clientes se sienten atraídos por las tiendas online que ofrecen envíos gratuitos, ya sea como recompensa por gastar una determinada cantidad de dinero o como descuento automático.

Ahorro de tiempo

- Comprar a través de una tienda online es ideal para las personas que llevan una vida ajetreada.
- Pueden comprar cualquier cosa con unos pocos clics en sus dispositivos móviles en lugar de pasar horas desplazándose físicamente de una tienda a otra. Smokehouse, por ejemplo, es un ejemplo de los mejores diseños de sitios web de eCommerce al utilizar la función de arrastrar y soltar para agilizar la experiencia del usuario.



Política de devolución sencilla

- En ocasiones, los clientes pueden necesitar cambiar un producto que no cumple sus expectativas debido a factores de tamaño o calidad. Dado que no pueden entrar caminando simplemente en tu tienda de eCommerce, una política de devoluciones sin complicaciones puede mejorar la fidelidad de los clientes. Además, las investigaciones demuestran que el 96% de los clientes volvería a un negocio que tiene una política de devolución fácil.

Facilidad de pago.

De acuerdo con las tendencias del eCommerce, los clientes prefieren no tener que lidiar con las colas de pago y pueden seleccionar rápidamente su método de pago preferido al realizar sus compras.

Ahorro con mejores precios

Los precios de descuento en los sitios de comercio electrónico tienen un impacto significativo en el comportamiento de compra de los consumidores. Un estudio ha descubierto que el 81% de las personas prefieren las tiendas online que ofrecen descuentos, ofertas o premios de fidelidad.

Además, los clientes que saben de precios pueden ahorrar dinero navegando por sitios de cupones.

2. Riesgo financiero menor

- En general, la venta de productos en línea es menos arriesgada que la apertura de tiendas físicas. Los mercados online cuestan menos de mantener, ya que se ahorra dinero en personal, electricidad y alquiler.
- El coste de crear una tienda online suele incluir la configuración del sitio, el mantenimiento y el marketing. Aunque sigue siendo posible contratar personal, los costes totales serán mucho menores y más predecibles.

3. Maximizar las oportunidades

- Un negocio de eCommerce da a las tiendas offline la oportunidad de explorar nuevas oportunidades.
- Junto con otras grandes marcas, Puma, por ejemplo, ha decidido invertir en el comercio electrónico.



Debido a que Puma cerró sus tiendas físicas en todo el mundo, para sobrevivir al cierre, la plataforma de eCommerce se convirtió en una prioridad para la marca. En el primer trimestre de 2020, el negocio de eCommerce de Puma creció aproximadamente un 40%. Esta cifra aumentó hasta el 77% en abril de 2020.

Como consecuencia, Puma ha realizado importantes ajustes en sus actividades de marketing. La marca ha desplazado su gasto hacia el marketing de resultados y la logística para satisfacer el aumento de la demanda de eCommerce.

Con la migración de las marcas a las tiendas online, hay otros beneficios y ventajas a tener en cuenta, como:

Ingresos pasivos

Un flujo de ingresos pasivos no dependerá de vendedores sólidos ni de largos horarios de apertura. Con un eCommerce, tu tienda puede funcionar las 24 horas del día, los 7 días de la semana, para atender al público de todo el mundo.

Ahorro de dinero en publicidad

En comparación con los medios convencionales, la publicidad digital es menos costosa y más flexible. Hay varias estrategias de marketing de comercio electrónico que los propietarios de negocios pueden implementar por sí mismos para dirigir una tienda online de éxito.

Menos gastos de personal

Puedes aprovechar la oportunidad de integrar un chatbot en tus redes sociales y servicios de atención al cliente. Un asistente virtual ayuda a gestionar la atención al cliente y otras tareas las 24 horas del día, mejorando la experiencia del cliente.

Reducción de los gastos mensuales de alquiler

- Habrá algunos costos iniciales para el establecimiento y el mantenimiento de tu eCommerce.
- Sin embargo, seguirán siendo inferiores a los de abrir o mantener una tienda física.

Cómo crear un eCommerce exitoso en 5 pasos

1. Obtener un nombre de dominio

Un nombre de dominio actúa como la dirección web que un visitante utiliza para acceder a una página web. Refleja y representa toda tu marca y debe dar a la gente una idea de las actividades de la empresa. No sólo puede ayudar a establecer la credibilidad de una web, sino que también puede diferenciar el sitio de los competidores.

La extensión del nombre de dominio puede ayudarte a destacar aún más. Considera comprar el dominio .shop o .store para que la dirección de tu tienda online sea realmente única.

A la hora de decidir un nombre de dominio, puedes ser imaginativo y creativo. Lo principal es asegurarte de que sea memorable y pronunciable.

2. Encontrar un proveedor de alojamiento fiable y elegir un plan de alojamiento

Para poner en marcha tu sitio de eCommerce, necesitarás un alojamiento web para almacenar sus archivos.

Un buen plan de alojamiento web debe ser eficiente y ajustable para acomodar el crecimiento futuro a medida que tu negocio de comercio electrónico se desarrolla.

Elegir el plan equivocado puede tener un impacto negativo en tu tienda online, lo que se traduce en la pérdida de ventas y oportunidades como resultado de un mal rendimiento y de la lentitud en la carga de las páginas.

Por muy atractivas que parezcan las soluciones de bajo coste, hay que tener en cuenta que estas plataformas pueden limitar las capacidades generales de un eCommerce.

Por ello, es esencial seleccionar un plan de alojamiento fiable.

Ten en cuenta los siguientes aspectos a la hora de seleccionar un proveedor de alojamiento web:

Ancho de banda. El ancho de banda se refiere a la cantidad de datos que un sitio web puede transferir a sus visitantes durante un tiempo determinado. Si es posible, elige un proveedor de alojamiento que ofrezca un ancho de banda ilimitado.

Almacenamiento. Un eCommerce necesita tener suficiente almacenamiento para acomodar el contenido del sitio, como el texto, las imágenes de los productos y las bases de datos.

Velocidad y optimización. La velocidad es un elemento crítico cuando se gestiona una tienda online. Elige un proveedor de alojamiento que garantice tiempos de carga rápidos para que tu sitio de comercio electrónico no sufra de altos índices de rebote y tráfico lento.

Seguridad.

- Si eliges un servicio de alojamiento con altos niveles de protección, garantizarás la seguridad de tu sitio de comercio electrónico y de los datos de tus clientes.
- Comprueba si un proveedor de alojamiento web ofrece gestión de accesos, un certificado SSL, múltiples capas de firewalls, copias de seguridad automáticas y actualizaciones. Asegúrate de estar al día con las mejores prácticas de seguridad para el comercio electrónico.

Facilidad de instalación y uso. Busca un hosting web con una interfaz intuitiva, ya que simplificará la gestión de tus archivos, dominios y aplicaciones.

Atención al cliente. Ofrecer múltiples canales de comunicación como el chat en vivo, el correo electrónico o las llamadas telefónicas las 24 horas del día puede ser una buena señal de la fiabilidad de un proveedor de alojamiento.

Los buenos proveedores de alojamiento ofrecen una amplia información y recursos para ayudarle a empezar.

Existen varios tipos de alojamiento web, siendo los cuatro más comunes el compartido, el VPS, el dedicado y el cloud hosting.

Debido a su simplicidad y asequibilidad, el alojamiento compartido funciona bien para las pequeñas tiendas online. A partir de €1.49 al mes, Hostinger ofrece tres planes de alojamiento compartido que incluyen un certificado SSL gratuito y una garantía de devolución de 30 días.

Si necesitas tanto alojamiento como un nombre de dominio, opta por el plan Premium o el plan Business. Vienen con ancho de banda y bases de datos ilimitados y pueden utilizarse para alojar hasta 100 sitios web.

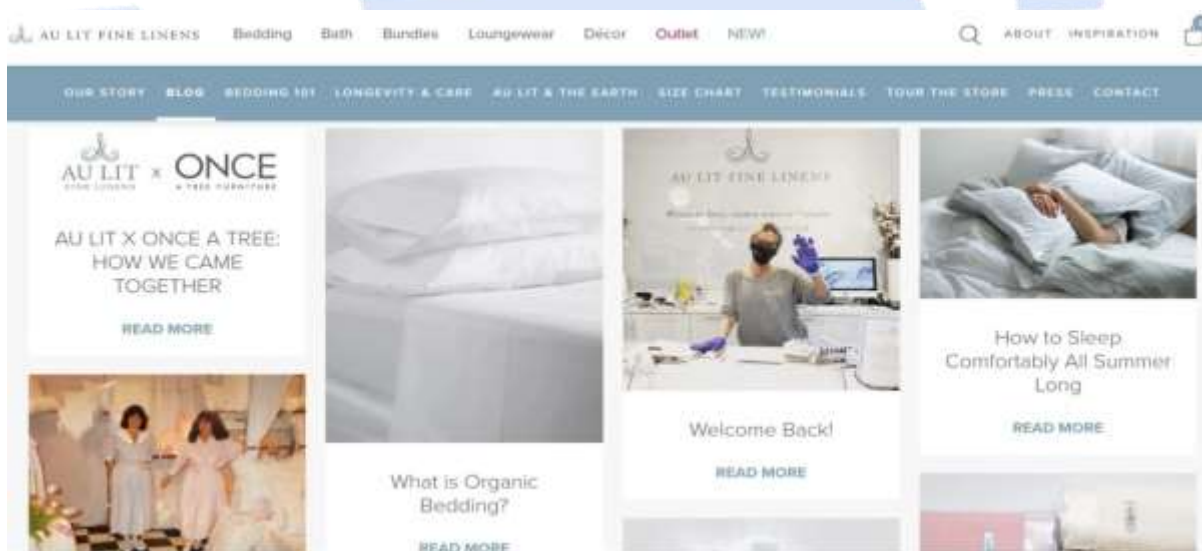
Si quieres alojar un eCommerce de WordPress, es una buena idea buscar la mejor solución de alojamiento de WooCommerce para ti. Estos planes están

especializados y optimizados para alojar una tienda de WordPress con el plugin WooCommerce.

El cloud hosting es ideal para sitios web de comercio electrónico medianos y grandes que reciben un mayor tráfico y necesitan más potencia de procesamiento y espacio en disco para almacenar archivos. En Hostinger los planes de Cloud hosting son a partir de €7.99 al mes e incluyen características como cuentas de correo electrónico gratuitas, CDN gratuito y una dirección IP dedicada.

3. Elegir una plataforma de eCommerce o un creador de sitios web

- Crear una tienda online puede ser más fácil de lo que crees con la ayuda de las plataformas de eCommerce.
- Puedes utilizarlas para desarrollar un fantástico diseño de tu página web mejorar la experiencia de compra de los clientes y agilizar la tarea diaria de procesar las ventas en línea.
- Para elegir una plataforma para construir un sitio web de comercio electrónico, considera su coste, características y factores de usabilidad.
- Dedica algún tiempo a evaluar tus opciones para encontrar algo que se adapte a tu modelo de negocio y que pueda ajustarse a su crecimiento.



4. Crear las páginas principales del sitio web de eCommerce

Para atraer y generar ventas de tu público objetivo, la información de las páginas principales de tu sitio web debe ser fácilmente visible y accesible.

Además, hay algunas páginas y elementos que todos los sitios de eCommerce deberían tener.

Inicio

Dado que el diseño de la página de inicio es lo primero que ve la mayoría de los compradores, debe contener información convincente y clara sobre tu sitio, junto con imágenes impactantes. Es esencial que la página de inicio se cargue rápidamente.

Si tu tienda online tarda más de tres segundos en cargarse, perderás visitantes. Por lo tanto, no es de extrañar que Google considere la velocidad del sitio como un factor de posicionamiento.

Construir un diseño fácil de usar y adaptable

El diseño de la experiencia del usuario (UX) tiene como objetivo mejorar la capacidad de un sitio web para gestionar las interacciones y vender productos, agilizando la experiencia del usuario. Por su parte, el diseño de la interfaz de usuario (UI) ayuda a optimizar los aspectos visuales, la apariencia y la percepción de un sitio.

Formas sencillas de dar a conocer tu tienda de eCommerce

Ahora que has aprendido a crear un sitio web de eCommerce, estás listo para empezar a vender online. Sin embargo, para impulsar tus ventas, necesitarás saber cómo promover tu idea de negocio online correctamente.

Empezar con el marketing de contenidos

Aunque una estrategia de marketing de contenidos no produce resultados rápidos, es un método excelente para establecer un seguimiento fiable para tu negocio online.

Además, combinarlo con una estrategia de optimización de motores de búsqueda (SEO) aporta varios beneficios, como el aumento de la autoridad, la atracción de visitantes más relevantes y el establecimiento de la confianza de tu público objetivo.

2. Realizar campañas de marketing por correo electrónico

Teniendo en cuenta que hay más de 4.100 millones de usuarios de correo electrónico, no es de extrañar que el email marketing se haya convertido en una de las tácticas más eficaces para aumentar las ventas.

3. Estar activo en las redes sociales

Las redes sociales tienen un impacto significativo en las ventas del comercio electrónico: el 51% de los consumidores afirman que los anuncios en las redes sociales afectan a sus decisiones de compra.

Conclusión

Aunque crear un eCommerce bien diseñado requiere tiempo y recursos, merece la pena. Recuerda que el comercio electrónico ofrece oportunidades de ganar dinero las 24 horas del día.

Para recapitular, estos son los cinco pasos para hacer tu propia tienda online:

- Obtener un nombre de dominio
- Elegir la plataforma de eCommerce adecuada o un creador de páginas web
- Encontrar un proveedor de hosting fiable y elegir un plan de hosting
- Crear las páginas principales del eCommerce
- Construir un diseño de tienda online fácil de usar y adaptable.



