



Tiendas Virtuales



I

OBJETIVOS

- ☐ Analizar diferentes Tiendas Virtuales de Internet, para formar un criterio de diseño, bondades y consideraciones a tener en cuenta en una tienda virtual a implementar.
- ☐ Crear una Tienda Virtual con el software disponible y seleccionado en Internet.



II

TEMAS A TRATAR

- Comercio en Internet
- Elementos constituyentes de una tienda virtual, características
- Como crear una tienda virtual con software disponible en internet



III

MARCO TEORICO

TIENDA VIRTUAL

Una Tienda Virtual es un sitio colocado en Internet que permite la publicación de bienes y servicios mediante la utilización de catálogos electrónicos dirigido al cliente, habilitando al proveedor para recibir órdenes de compra por sus productos o servicios, así como también permitir múltiples formas de pago y descuentos

Es igual que una tienda física pero muchas veces sin estructura: local, personal de ventas, cuentas de luz o agua. Por lo tanto, queda la información de los productos, la facilidad de

acceso desde cualquier parte del mundo sin tener que ir físicamente a la tienda, y precios generalmente inferiores a los de las tiendas físicas.

Elaboración de una Tienda Virtual

Debe existir una adecuada coordinación en los proyectos para incursionar en el comercio electrónico virtual, sin embargo (05) (Jorge Cabrera) esboza un esquema que tomaremos inicialmente como pauta para elaborar una tienda virtual y que incluiremos comentarios personales:

- Analizar y Valorar
- Logística y Distribución
- Toma de Decisiones
- Desarrollar
- Arrancar/Promocionar
- Fidelizar
- Mantener
- Crecer adecuadamente

Características

Dentro de las características de una tienda virtual, se tiene:

- Diseño adecuado y modular
- Administración de cuentas de clientes.
- Histórico de pedidos.
- Carrito de la compra.
- Motor de búsqueda de productos.
- Preguntas frecuentes.
- Comunicaciones mediante e-mail.
- Sistemas de seguridad y certificación.
- Protocolo de seguridad SSL, SET.
- Mostrar los productos por cada categoría.
- Gestión multi-idioma y multi-divisa.
- Funcionalidad, servicios anexos.

Éxito de un Website

Para que un website sea famoso se debe entre otras cosas tener en cuenta:

- En un inicio ofrecer mucho contenido estructurado, a quien va dirigido y llegar así ser descubiertos
- Ofrecer mucha información útil al visitante
- Tener mucha fe para llegar a ser exitosos
- La calidad del contenido del website hará que el internauta retorne al sitio y llegue a comprar el producto o servicio ofertado

También (Jorda, Alain) refuerza que es necesario que su web esté en los primeros lugares como resultado de los buscadores, para ello es necesario su inscripción en los principales, cuidando efectuarlo adecuadamente desde la primera vez, como en Altavista, Excite, Galaxy, Infoseek, Yahooo.

ELEMENTOS DE UNA TIENDA ONLINE

Tomado de: Libro Blanco del Comercio Electronico, España, 2010.

http://www.aragon.es/estaticos/GobiernoAragon/Departamentos/CienciaTecnologiaUniversidad/Areas/03_Sociedad_Informacion/libro_blanco_comercio_electronico.pdf

Como elementos básicos en una Tienda Online podemos destacar:

- **Catálogo de Productos**

El catálogo de productos y servicios es nuestra carta de presentación a los clientes. Por tanto debemos prestar mucha atención y cuidado a la hora de seleccionar qué productos y servicios vamos a ofrecer, y cómo los vamos a mostrar y destacar.

La presentación de los productos es muy importante ya que debe transmitir confianza y seriedad a nuestros clientes. El uso de fotografías reales de los productos y una buena descripción del producto, contribuyen a incrementar estos aspectos.

De igual forma es muy interesante acompañar los productos con información complementaria multimedia (videos, PodCast, otros) o incluso documentos pdf.

- **Carrito de compra**

La cesta o carrito de la compra es un elemento indispensable en la Tienda Online. Este elemento debe ofrecer la posibilidad de añadir, eliminar o modificar los productos que durante la navegación hemos ido seleccionando e incorporando.

Es aconsejable, para que el usuario no pierda de vista en ningún momento lo que lleva comprado, que esté visible en todas las páginas de la Tienda Online, o al menos en aquellas donde se puedan seguir añadiendo productos.

- **Mecanismos de promoción y ofertas**

Uno de los factores más importantes que atraen a los clientes de una Tienda Online e influyen en la decisión de compra es el precio. El precio de los productos debe estar siempre bien visible.

Pero alrededor de una captación de clientes por el precio tenemos varias estrategias comerciales que pasan por la aplicación de promociones o descuentos especiales sobre los productos.

Las promociones y las ofertas deben comunicarse de una forma clara, resaltando el precio de la oferta y mostrando junto a él, el precio no rebajado.

La Tienda Online debe disponer de un módulo de descuentos y promociones que permitan definir de forma puntual descuentos personalizados por categorías de producto, tipos de cliente, etc tanto a nivel de porcentaje como cantidad fija a aplicar sobre el precio de venta del producto.

- **Motor de búsqueda**

Con la idea de facilitar al cliente encontrar nuestros productos y servicios es muy interesante e incluso indispensable disponer de un potente motor de búsqueda o buscador integrado que permita la búsqueda de productos por diversos criterios y parámetros de búsqueda.

Criterios de interés son las búsquedas por palabras clave, precio, categoría, nombre, etc.

El motor de búsqueda siempre debería ofrecer resultados para dar la sensación de robustez y buen funcionamiento. En caso de no poder mostrar resultados exactos a nuestra búsqueda es deseable que el buscador ofrezca otras sugerencias relacionadas con el producto buscado. De esta forma no comentemos el error de que el buscador parezca que no funciona, o que nuestro catálogo de productos es muy reducido.

- **Proceso de compra**

Se considera un buen proceso de compra aquel que es directo y se encuentra guiado mediante mensajes de información.

Se suele aconsejar que el registro de usuarios sea opcional. No es aconsejable que para efectuar una compra obliguemos a los visitantes a registrarse previamente ya que muchos compradores potenciales pueden ser sólo ocasionales. En cualquier caso, la información que solicitemos para que un cliente pueda realizar un pedido en nuestra tienda debe ser la mínima imprescindible.

Idealmente debemos plantearnos que la duración del proceso de compra implique el menor número posible de pasos y clicks de ratón (5 clicks de ratón o menos es un número idóneo).

Es importante que durante el proceso de compra se muestre información complementaria que transmita confianza a los usuarios, y que a éstos al terminar la compra no les quede ninguna duda respecto a la compra que acaban de hacer y respecto a:

- Gastos de envío asociados a la transacción
- Dirección de entrega del pedido
- Período de devolución y plazos de entrega
- Disponibilidad de los productos elegidos y plazo de envío de los mismos.

- **Medios de pago**

El momento del pago de los artículos que el cliente ha ido añadiendo en el carrito de la compra es uno de los más críticos dentro de los procesos de una Tienda Online pues, estadísticamente, es en ese momento en el que se dan más abandonos.

Para evitar que el cliente abandone el proceso de compra que ha iniciado es fundamental ofrecerle el mayor número de posibilidades y flexibilidad a la hora de seleccionar la forma de pago del pedido que ha realizado.

Los medios de pago que podemos encontrar habitualmente en las tiendas de Internet son los siguientes:

- Contra reembolso
- Transferencia bancaria
- Domiciliación bancaria
- Tarjeta de crédito
- Medios Alternativos: PayPal, Saftpay, Allopas

- **Impuestos**

Los precios de los productos o servicios que se publiquen en la página web de la Tienda Online deben ser los precios finales completos, incluidos todos los impuestos, tasas y demás gravámenes aplicables.

Asimismo, la Tienda Online debe tener en cuenta e informar de forma clara al consumidor de las posibles tasas, impuestos o gravámenes que puedan ser de

aplicación en función del lugar de residencia del consumidor o del lugar de entrega del producto o servicio, antes de la realización del pedido. Finalmente, la tienda online en la factura o en el e-mail de confirmación del pedido deberá señalar el tipo y la cuota del impuesto, tasa o gravamen aplicados.

- **Logística**

Al igual que los impuestos, la Tienda Online debe ofrecer de forma clara el coste por enviarnos la mercancía adquirida. En este sentido, debe permitir configurar una matriz de gastos de envío para cada transportista y ofrecer la posibilidad de calcular los gastos de envío en función de:

- Cálculo de los gastos de envío empleando una tarifa fija.
- Cálculo de los gastos de envío en función del volumen de compra.
- Cálculo de los gastos de envío en función del peso de la compra, y coste adicional por cantidades excedidas.
- Otros.

- **Información corporativa**

Dentro de una Tienda Online no toda la información deben ser escaparates de productos. Es necesario mostrar a nuestro comprador información que haga que nos conozca, que entienda nuestra filosofía de negocio, nuestra trayectoria empresarial, etc.,. Este tipo de información transmite transparencia, fiabilidad y confianza hacia nuestros clientes.

Esta información suele estructurarse en secciones como:

- Quiénes somos
- Qué ofrecemos
- Aviso Legal y Política de Privacidad
- Información de contacto
- Dónde estamos
- Condiciones de compra y contratación
- Preguntas Frecuentes
- Otros.

- **Registro y área de usuario**

El registro de clientes es un aspecto muy importante de una Tienda Online tanto para que nuestros clientes realicen sus pedidos como a la hora de poder llevar a cabo acciones posteriores de fidelización y captación de nuevos clientes partiendo de una base de datos de clientes extensa.

Ver también: <http://www.karakana.es/disenio-web/blog/caracteristicas-de-una-buena-tienda-online-1-2>



(La práctica tiene una duración de 04 horas)

IV ACTIVIDADES

1. Encender el equipo
2. Ingresar a Internet con el Explorer, buscar, analizar, probar, decidir y cargar el software de creación de tienda virtual seleccionado.
Ingresar “creacion de tiendas virtuales en línea” para buscar las entradas de las cuales se elegirá la que se considera la más adecuada según su criterio.
3. Deberá de preparar los datos mínimos (preparados en una hoja de Excel) que tendrá la tienda virtual para desarrollarla con el software elegido; que deberá contener lo siguiente:
 - Determinar el tipo de negocio a implementar en la tienda virtual
 - El slogan de la tienda (Ejm. METRO dice “Siempre Mejores Precios”)
 - Definir su Visión
 - Definir su Misión
 - Definir Quienes Somos
 - Definir Contacto o Contáctenos
 - Formas de Pago
 - Forma de envío (distribución de la compra)
 - Condiciones de la Compra
 - Otros temas relacionados a la empresa
 - Determinar las categorías de productos (mínimo 3)
 - Determinar los productos de cada categoría (mínimo 5) con los datos siguientes:
 - Código
 - Nombre
 - Descripción del producto
 - Especificaciones del producto
 - Precio de lista
 - Precio de oferta
 - Porcentaje de descuento
 - Cantidad en Stock
 - Foto del producto (2 de preferencia de diferente vista).
4. Crear la tienda virtual en el software elegido para su trabajo de la práctica.
5. Efectuar los print screen necesarios para elaborar el entregable de la práctica en un documento Word
6. Algunas direcciones de las muchas que hay para analizar la creación de tiendas virtuales en línea.

Creación de Tiendas Virtuales

http://www.palastiendas.com/mitienda/buy_your_store_info.asp (por 45 días)

Creación de Tiendas Virtuales en Linea

<http://www.redtienda.com/>

<http://www.e-fullserver.net/bottom.php3>

http://www.mundial-shopping.com/demoshop/demoshop_create.asp

<http://ignaciosantiago.com/blog/lista-de-los-mejores-software-para-montar-una-tienda-online/>

<http://es.wix.com/ecommerce/tienda-online>

<https://www.kingeshop.com/Portada-crear-tienda-virtual-dbbaaaaaaaaa.asp>

Puede visitar más sites de creación de tiendas virtuales y así tener unas alternativas para realizar su trabajo.

7. Crear la tienda virtual con el software escogido de algún site que lo proporcione; NO el de Redtienda. Considerar que debe efectuar los Print Screen de lo que está haciendo como respaldo de lo trabajado en su informe.
8. Grabar la tienda virtual utilizando la opción grabar
9. Probar la funcionabilidad de la tienda virtual en internet
10. Cerrar el software de creación de tiendas virtuales
11. Salvar la tienda a un medio externo de almacenamiento (según sea viabilidad)
12. Verificar la grabación de la tienda en el medio de almacenamiento
13. Apagar el equipo



V

EJERCICIOS RESUELTOS

- Busque en internet bajo las palabras clave "demo de tienda xxxxxxxxxxxx", donde las Xs representan el nombre del giro de la tienda virtual (telas, pasteles, autos, etc) de lo que su grupo debe analizar para hacer su propuesta.



VI

EJERCICIOS PROPUESTOS

- Ingresar a la página de otro site de creación de tiendas on line y cree la tienda virtual y de acuerdo al tema o actividad económica de lo que como supuesto su grupo de trabajo decidió.



VII

CUESTIONARIO

1. Describir cuál es el mayor inconveniente encontrado en las tiendas virtuales trabajadas?
2. ¿Porqué no es tan conveniente usa un banner muy cargado en una página web?
3. ¿Cuales son los lenguajes de programación utilizados para crear software de tiendas virtuales?
4. ¿Cómo ha evolucionado el diseño de las tiendas virtuales en el tiempo?