



E-commerce


Cómo tener una tienda Online



E-commerce, una apuesta por la **tecnología**

Vender y comprar a través de Internet se ha vuelto algo común en nuestro día a día. Aunque todavía existen quienes temen hacer transacciones **online**, la evolución en medios digitales, el comportamiento de los clientes y el creciente número de herramientas digitales, están impulsando a las personas a usar estas alternativas y adaptarlas a su estilo de vida.

El comercio electrónico ha abierto más opciones a la actividad empresarial, dando incluso opciones de contar con negocios que pueden ser administrados desde la web, sin necesidad de estar ubicado en un espacio físico. Esto complementa la actividad de los modelos de negocios tradicionales, implementando servicios tecnológicos y transaccionales que tienen como fin **vender**.



El objetivo de esta guía es que **entiendas la definición de e-commerce**, los beneficios para tu negocio y las ventajas con respecto al comercio tradicional.



Glosario



Comercio electrónico:

es el proceso de comprar y vender productos o servicios por medios electrónicos.

Conversión:

son acciones clave que un usuario de Internet realiza como: registrarse, comprar, descargar un archivo o instalar una aplicación, hasta convertirse en cliente.

Marketplace:

son plataformas de venta de todo tipo de productos que permiten a compradores y vendedores relacionarse entre sí para efectuar una transacción comercial. Ejemplos: Amazon, Linio, Mercado Libre.

Multicanal:

es la posibilidad de vender utilizando una combinación de canales diferentes: *online*, teléfonos móviles, tiendas físicas, entre otros.

Optimización:

significa mejorar o perfeccionar un aspecto de un sitio web: tiempos de carga, navegación, diseño, registro de compradores, etc.

Pasarelas de pago:

son las herramientas seguras que procesan los cobros y pagos en un *e-commerce*. Por ejemplo, PayU o PSE.

Plugins:

son complementos que se instalan en los sitios web para ampliar las posibilidades de alguna herramienta. Pueden ser de diseño, marketing, estadísticas, redes sociales y más.

Video promocional:

son videos de productos o servicios, interactivos y entretenidos que atraen la atención de los visitantes para impulsar las ventas en tus redes sociales o sitio web.



¿Qué es el **e-commerce**?

Muchas personas y compañías, pensando en tiempo, comodidad y ahorro prefieren adquirir sus productos a través de algún sitio web (aplicativo o plataforma) o empresa de confianza antes que dirigirse hasta tiendas o sucursales físicas. Estas transacciones donde se utiliza Internet, se conocen como comercio electrónico.

Existen varias categorías de **e-commerce**



B2C (Business to Consumer):

significa “de negocio a consumidor”, es decir, cuando tu empresa le vende directamente a tus consumidores finales.

B2B (Business to Business):

“de negocio a negocio”. Esto ocurre cuando una compañía le ofrece productos o servicios a otra empresa. Por ejemplo, una empresa que vende piezas para automóviles.

C2C (Consumer to Consumer):

“de consumidor a consumidor”. Es el comercio entre particulares, como subastas o venta directa. Por ejemplo: Mercado Libre.



*Hoy en día, el 35% de las empresas colombianas vende sus productos a través de Internet.

* Cifra del 2018 según PlacetoPay

Aunque consideres que estás vendiendo lo suficiente a través de tus redes sociales, debes entender las ventajas que ofrece un **e-commerce**, ya que este no trata solamente de vender, sino que te permite establecer una **relación** confiable a largo plazo con tus clientes, del mismo modo que lo hacen las tiendas físicas, pero con más posibilidades. Además, el **e-commerce** abarca otros temas, entre ellos:

- Consultas y atención de los usuarios
- **Bases de datos** personalizadas, con la información que tú seleccionas según tu objetivo
- La gestión en tiempo real de la **disponibilidad** de tus productos
- Los pagos en línea, con todos los requerimientos legales
- El envío de productos y los rastreos de las entregas
- Los servicios **posventa**

“¿Para qué tener un **e-commerce** si puedo vender por redes sociales?”



Una red social se limita a mostrar y ofrecer tus productos, es decir, necesita una persona todo el tiempo para impulsar tus ventas. **Un e-commerce, en cambio, es una plataforma para hacer intercambios transaccionales.**

Ventajas y desafíos de tener un e-commerce



VENTAJAS



- **Alcance:**
tener un negocio en Internet permite comprar y vender desde y a cualquier parte del mundo
- **Abierto todo el tiempo:**
un e-commerce no tiene horarios, pues Internet funciona 24 horas al día los 7 días de la semana
- **Menos costos:**
al no necesitar una tienda física, se reducen los gastos de mantenimiento y al mismo tiempo, se disminuyen los precios de los productos o servicios que se ofrecen
- **Autonomía:**
puedes elegir la plataforma y diseño que mejor se adapte a tus necesidades

- **Versatilidad:**
se puede utilizar para todo tipo de establecimientos, como: venta de ropa, comida, medicamentos y servicios
- **Puede ser un complemento de tu empresa física o su reemplazo:**
esto depende de tu modelo de negocio y la estrategia que desees llevar a cabo
- **Contactos:**
tienes la posibilidad de contactarte con proveedores que te permiten reducir o eliminar inventarios físicos.



e-Pymes
• Soluciones Digitales

Desafíos cómo resolverlos

○ **Desconfianza:**

muchas personas piensan que las transacciones *online* pueden no ser confiables o que los productos o servicios no cumplirán sus expectativas; que sus entregas no llegarán a tiempo o que su información personal puede ser utilizada para otros trámites. Por eso, es importante dar respuesta oportuna a tus clientes y contar con estándares de seguridad como: avisos legales de privacidad y condiciones claras de compra y reembolsos

○ **Despersonalización:**

algunas personas prefieren ver y tocar los productos antes de comprarlos. Esa sensación se pierde en un *e-commerce*, por lo que las descripciones de los productos deben ser muy detalladas, con imágenes y videos promocionales del producto. Con esto se busca generar confianza y lograr que el usuario realice una transacción, para que luego se convierta en cliente fiel de tu empresa

○ **Conexión a Internet:**

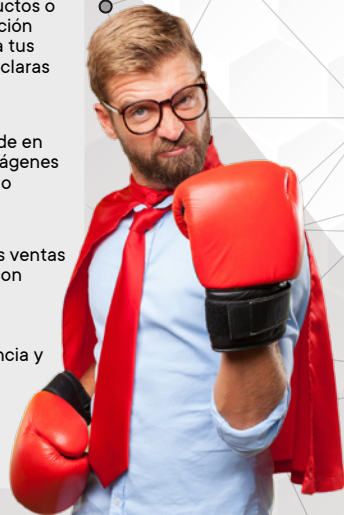
para comprar en un *e-commerce* es necesario tener conexión a Internet, lo que puede afectar las ventas dirigidas a algunos públicos como la tercera edad. Además, ciertos lugares del país no cuentan con buena conexión

○ **Tiempo:**

darse a conocer y crear confianza en la web no sucede de un día para otro. Hay que tener paciencia y una estrategia de posicionamiento en marcha

○ **Constancia:**

debes ser constante en la gestión de la información y ganar experiencia en su manejo. En caso de ser necesario, puedes buscar ayuda con esta tarea



Conoce el caso de **supercarnes.com**



Juan es un técnico y empresario especializado en la elaboración de cárnicos. Sus productos, que vende en un local cerca de su casa, son variados y de excelente calidad.

Su hermana quiso ayudarlo a impulsar sus ventas creando en Facebook e Instagram los perfiles de “Súper Carnes”. Allí comenzó a llegar a más personas en la ciudad y constantemente lo contactaban para preguntarle por precios, ubicación de su tienda, domicilios, entre otros.

Las ventas iban muy bien, pero no llevaban los datos exactos de cuánto estaban vendiendo mes a mes, cuáles eran los productos que más se distribuían ni en qué zonas. **A veces, algunos usuarios de las redes preguntaban mucho y no compraban nada**, o al final, cancelaban la compra. Esto hacía que Juan y su hermana perdieran tiempo para atender a otros clientes y tuvieran productos que a veces no rotaban lo suficiente..

Un día, al comprar sus insumos por teléfono -como normalmente lo hacía-, le solicitaron que ingresara a un sitio web para realizar su pedido a través de ella, donde tendría instrucciones paso a paso para hacer su pedido. **Esto le generó una idea para su negocio, pues él podría hacer lo mismo para Súper Carnes.**



e-Pymes

• Soluciones Digitales

Comenzó a pensar en crear un **e-commerce** para atraer más clientes, con fotografías y videos promocionales donde la información de todos los cárnicos, sus precios y beneficios fueran claros y no tuviera que preocuparse por la distribución puerta a puerta de sus productos. Consultó cómo realizar su despacho apoyado por una empresa de distribución, solucionando la falta de tiempo y logística para hacerlo.

Los primeros meses no vieron muchos resultados, pero cuando comenzó a mejorar el posicionamiento y la visibilidad de su sitio web gracias a las estrategias de marketing que plantearon sus asesores, **las ventas aumentaron en un 30%.**

Su e-commerce daba la posibilidad de pagar a través de **PSE (tarjetas débito), PayU, MercadoPago, PayPal y corresponsales**, lo que se transmitía en confianza y comodidad para sus clientes. Los resultados eran tan buenos que cuando algún nuevo cliente los contactaba por redes sociales, le pedían que realizara sus transacciones por medio de su e-commerce.

Gracias a los datos de analítica de su web, se dieron cuenta de que su producto más visto era el chorizo relleno de queso y, para el siguiente mes, decidieron ofrecer un descuento del 15% en ese producto. Esto aumentó sus ventas y permitió una producción más eficiente.

Comenzaron a crear una base de datos de sus clientes, quienes podían rastrear el envío de sus productos y recibirlos en la puerta de su casa. Al final de cada compra, los clientes recibían un *e-mail* automatizado para evaluar el servicio de **Supercarnes.com** e invitarlos a comprar nuevamente.



¿Quieres tener tu propio e-commerce?

Estos son los pasos que debes seguir



1

Elige el nombre de tu e-commerce:

Debes tener tu dominio y *hosting*, como se menciona en el anterior capítulo (Guía 3 - Sitio Web: el elemento central de la estrategia de marketing digital) de ser necesario, puedes buscar ayuda con esta tarea



2

Selecciona tus productos y servicios:

Cerciórate de contar con contenido fotográfico variado, videos, descripción exacta de tus productos, sus medidas, disponibilidad de color, etc.



3

Elige la plataforma para construir tu e-commerce:

Hay muchas opciones con diferentes alcances y funcionalidades, algunas de ellas son: **WooCommerce (WordPress), Shopify y PrestaShop**. Lo importante es elegir la que mejor se adapte a tus necesidades. También existen opciones de plataformas nacionales que te ayudan a desarrollar tu negocio electrónico; entidades financieras y empresas de logística en el país que prestan este servicio.



4

Define los medios de pago:

Las pasarelas de pago cobran porcentajes de venta. Debes tener muy clara esta información antes de elegir los indicadores para tu e-commerce



5

Establece la logística de entrega del producto o servicio:

Luego de ser aprobada la transacción, debes tener claro cómo se enviará el producto, cuánto tiempo tomará, sus costos, además de poder ofrecer un número de rastreo o seguimiento de entrega a tus clientes.



6

Observa tus resultados:

corrige lo que haya que mejorar.



Ideas para posicionar tu **negocio** *online*

Comenzar a obtener resultados con tu **e-commerce** puede tomar algún tiempo. Por eso, es necesario desarrollar una estrategia de posicionamiento en motores de búsqueda. Puedes aprender más de este tema en nuestra guía: **Número 5 (Posicionamiento web. Cómo lograr que tu empresa aparezca en los buscadores.)**

- 1.** Con la **publicidad online** puedes dar a conocer tu **e-commerce** usando plataformas como *Facebook Ads* o *Google Adwords*. Gracias a sus herramientas de análisis, podrás saber exactamente qué campañas publicitarias funcionan, evitando gastos innecesarios. Un experto en el tema puede ayudarte con esto, o puedes formarte para hacerlo tú mismo.
- 2.** En tu estrategia de venta puedes apoyarte en algún **marketplace** reconocido donde puedes publicar tus productos y vender, como Mercado Libre o Amazon. Esta estrategia puede ayudarte, pero debes entender que no tendrás la misma flexibilidad y ganancias que con tu propio **e-commerce**, pues estos sitios cobran una comisión por venta.
- 3.** **Aprovecha las fechas especiales** como el Día de la Madre, Amor y Amistad o Navidad para desarrollar estrategias de venta y vincularlas a tu **e-commerce**. Los descuentos y promociones siempre atraen clientes.



Para tener en cuenta **en tu e-commerce**



Tu sitio *e-commerce* debe ser *responsive* (adaptable a todos los dispositivos), ya que hoy en día muchas transacciones se realizan por medio de celulares y *tablets*.

Debes garantizar la seguridad de las transacciones *online*, ya que ser estafado es uno de los miedos más comunes entre los consumidores. Este debe ser un pilar fundamental de tu *e-commerce* desde el principio.

Tu contenido debe ser claro, con fotografías de buena calidad y videos interactivos que permitan conocer todos los detalles de tus productos o servicios, imágenes realistas que realmente atraen al consumidor y sean sugestivas a la compra. Entre más información tengan los usuarios, mucho mejor.

Comunica la garantía de tus productos o servicios siempre, así como los procedimientos de reembolso, cancelación y quejas. Esto brindará seguridad a tus clientes y mejorará la imagen de tu empresa

Marca la diferencia con tus productos y servicios. La competencia *online* es muy reñida y ser diferente puede ser una gran ventaja. Aprende de los errores de otras empresas para no cometerlos.



Mitos y verdades del comercio electrónico en Colombia

1.

Agregar un carrito de compras a tu sitio web aumentará las ventas inmediatamente

FALSO. Un *e-commerce* necesita visibilidad, en otras palabras, que las personas puedan encontrar tu sitio *online*. Si no hay usuarios, no habrá ventas. Para esto es necesario tener una estrategia que incluya otras plataformas, por ejemplo, redes sociales.

2.

El desarrollo de un *e-commerce* es complejo y no será rentable para mi negocio

FALSO. Crear una plataforma de *e-commerce* es más sencillo de lo que parece. Aunque es necesario contar con la ayuda de expertos para realizar el sitio, luego podrás capacitarte y manejar la plataforma tu mismo. Un *e-commerce* te ayudará a ser más competitivo en el mercado, dando la posibilidad a tus clientes de realizar transacciones *online*.

3.

Todo el mundo compra por internet

FALSO. La edad, la educación y el acceso a Internet hacen que para algunas personas hoy en día no sea tan fácil acceder a negocios de *e-commerce* para adquirir lo que buscan. Por eso, es necesario brindar a los usuarios una experiencia positiva y confiable, demostrando que tu sitio es 100% seguro.




Te invitamos a conocer más
sobre cómo el mundo digital
te ayudará a ser más

**eficiente,
productivo
y crecer en tu empresa.**



- Guía N° 1.** Principios del Marketing Digital
- Guía N° 2.** Lo que debes saber para usar las redes sociales en tu negocio
- Guía N° 3.** Sitio Web. El elemento central de la estrategia
- Guía N° 4.** *E-commerce*. Cómo tener una tienda *Online*
- Guía N° 5.** Posicionamiento web. Cómo lograr que tu empresa aparezca en los buscadores
- Guía N° 6.** Analítica web para empresas. Úsala a tu favor
- Guía N° 7.** Medios de pago para el *e-commerce*
- Guía N° 8.** Aspectos legales para tener en cuenta en el comercio electrónico



“ Si tu negocio no está en internet,
tu negocio no existe”

Bill Gates