

GUÍA RÁPIDA
PARA
VENDER
PRODUCTOS
EN
INTERNET

POR DANIEL SANTANA

1. PRIMEROS PASOS

1.1 LA IDEA

Si solo tienes en mente la idea de vender por Internet y ya tienes más o menos pensando el mercado donde vas a entrar a competir, aunque tu idea aún no se ha materializado, no importa, ya es un gran primer paso. O mejor aún, si ya tienes tu propio negocio en el mundo “real” y quieres llevarlo al mundo online esta guía rápida es para ti.

Los productos que puedes vender hoy en día cada vez son más variados, desde un sacapuntas hasta un auto, en algunos casos. Pasando por productos virtuales a ebooks y toda clase de subcategorías de éstos.

Bajo mi experiencia y punto de vista, el éxito de una tienda online no pasa mucho por el producto que estás vendiendo en si, si no más bien en como lo vendes. En un mundo donde las apariencias importan cada vez más, la manera que presentas al mundo virtual tu página web o tienda online es fundamental.

Los colores de tu marca, el diseño de la tienda online, la presentación y la atención que recibe el cliente son super importantes. Incluso más que el producto que estás vendido.

Tus últimos post de tu cuenta favorita en redes sociales y hasta el nombre de tu dominio web son relevantes.

Reconozcámoslo, existen genios de la informática & marketing que hoy en día pueden vender cualquier cosa. Siempre y cuando la tienda online cuente con lo siguiente:

- ▶ Servidor rápido y estable
- ▶ Categorización o árbol de categorías fácil de navegar y con profundidad
- ▶ Filtro de productos
- ▶ Checkout rápido
- ▶ Formas de pago populares en el país. Para Chile: Webpay Plus
- ▶ Configuración de transporte detallada
- ▶ Información de Productos clara y detallada (Ficha técnica)

- ▶ Buena calidad de imágenes de productos
- ▶ Información como: Preguntas Frecuentes, Datos de contacto, Condiciones de venta, etc.
- ▶ Diseño minimalista y template bien escrito

La idea que tengas para el producto que quieras vender es probable que ya exista en Chile, y si no es así, busca en el extranjero hasta encontrar a una tienda online de tu rubro o al menos parecida.

1.2 TU COMPETENCIA

Una de las primeras acciones que te recomiendo tomar es analizar y detectar a tu competencia. Así es, tu competencia te va ahorrar tiempo en analizar el mercado donde vas a entrar, te entregará información valiosa como palabras clave, categorización de productos, red social donde realizan anuncios, cantidad de seguidores, incluso puedes comprarles un producto muy barato para experimentar todo:

Desde la búsqueda en Internet, viendo si tienen anuncios en google adwords o buen ranking en el resultado de búsqueda natural (SEO), su proceso de compra online y también el servicio post venta.

La regla para partir es simple:

Es bueno mirar y tratar de imitar a las marcas top en tu rubro. Una vez sea conocida tu marca, puedes innovar más.

Usa Google.cl para buscar productos o categorías de tu rubro y toma nota de las primeras posiciones en resultados orgánicos y anuncios que veas. Anota al menos 5 páginas web que representen lo que tu quieres lograr.

Si no encuentras páginas chilenas te recomiendo buscar en España, ya que el e-commerce en ese país es avanzado o también en inglés en Estados Unidos, Canadá, Inglaterra, etc.

Una vez identificados estos sitios webs, siempre síguelos para aprender, no para imitarlos 100%, la identidad es muy importante, como todo en la vida.

Existen muchas herramientas para analizar sitios webs gratuitas hoy en día que te permitirán analizar a tus competidores top y adquirir conocimiento para aplicar en estrategias para aumentar tu tráfico.

2. EXPECTATIVAS

2.1 UN TRABAJO COMO CUALQUIER OTRO

Luego de trabajar durante más de 8 años con diferentes emprendedores y empresas de diferentes rubros, te puedo decir que **el tiempo involucrado** para la creación y administración de una tienda virtual es directamente proporcional al éxito que tu negocio virtual puede alcanzar a corto y largo plazo. En otras palabras, no existe el éxito de la noche a la mañana en Internet.

Algunas personas tienen expectativas poco realistas y se desaniman fácilmente al ver que no son millonarios en el primer año de abrir su tienda virtual.

Al no ver un progreso tangible pensamos que solo es una página web, pero en los detalles está la diferencia, sobre todo ahora en 2018 donde el comercio electrónico ha tenido un crecimiento bastante fuerte en todo el mundo, ya es aceptado por la mayoría de las personas como un medio de compras serio y confiable.

No existen casos de éxito donde el tiempo de preparación y aplicación de una estrategia sean pocos, al menos yo no lo he visto.

Mientras más detalles e información tienen tus productos y la información de tu tienda virtual en general, más posibilidades de que tu marca tenga éxito y sea conocida en Internet.

En mis años de experiencia con desarrollos web, he visto que las páginas web o tiendas virtuales con más información y además de una administración constante, son las que más tienen éxito en sus ventas.

Por lo tanto te invito a fijarte una meta realista para tu primer año vendiendo en Internet, una meta acorde al tamaño de tu mercado y a tu estrategia de negocio. La disciplina y determinación son claves para mantener el enfoque necesario, como cualquier otro trabajo.

En el Internet de los 90 las reglas eran otras, pero hoy en día buscadores como Google o Bing o redes sociales como Facebook o Instagram determinan el nivel de tu éxito de tu negocio en Internet, entender como funcionan estas plataformas es la clave para seguir avanzando.

2.2 VISITAS A TU TIENDA ONLINE

Por muchas razones, el plato fuerte del comercio electrónico es **el tráfico que tu sitio web tiene**. Este dato se puede medir y analizar mediante la herramienta gratuita llamada **Google Analytics**.

Veremos a continuación, la fórmula simple de las ventas mensuales que tu sitio pueda tener:

TRÁFICO > % DE CONVERSIÓN > VENTAS

Como aumentar tu tráfico de visitas en tu sitio web es una de las áreas que siempre recomiendo aprender, aprender y seguir aprendiendo. Tienes que llegar al menos dominar los conceptos básico ya que es una de las áreas más rentables y que te permitirán aumentar tus ventas y que tu negocio se mantenga durante los años que vienen.

Principalmente hay 2 clasificaciones de fuentes de tráfico que una web puede tener:

1) SEO: Esto significa en inglés: Search Engine Optimization. Que como sabes significa al español: **Optimización para los motores de búsqueda**.

Para "tener un buen SEO" o posicionamiento orgánico, la clave es el contenido creativo, la información que estás entregando en tu página web o tienda virtual.

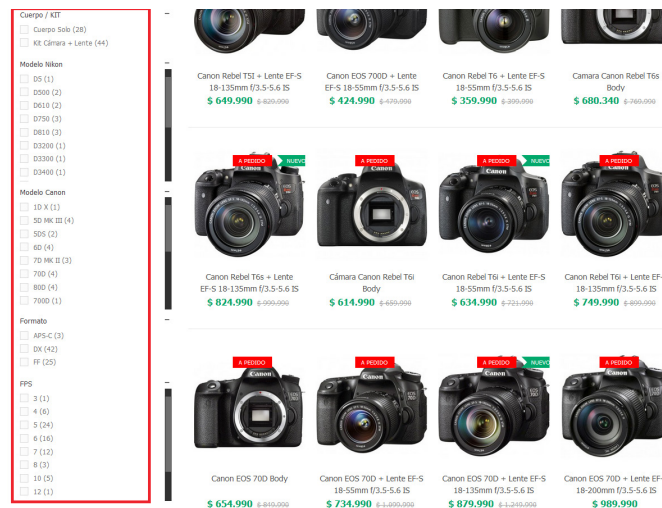
Los primeros lugares de los resultados de búsquedas no son por casualidad. Los robots de Google en particular rastrean sitios y analizan el contenido y código de los sitios web.

Y los primeros lugares por lo general son sitios con alto contenido original, ordenados y claros. También leen cuántos seguidores tienes en la redes sociales y el tiempo de actualización de tu contenido.

Para una tienda virtual te puedo recomendar los siguientes tips para contar con un buen posicionamiento orgánico:

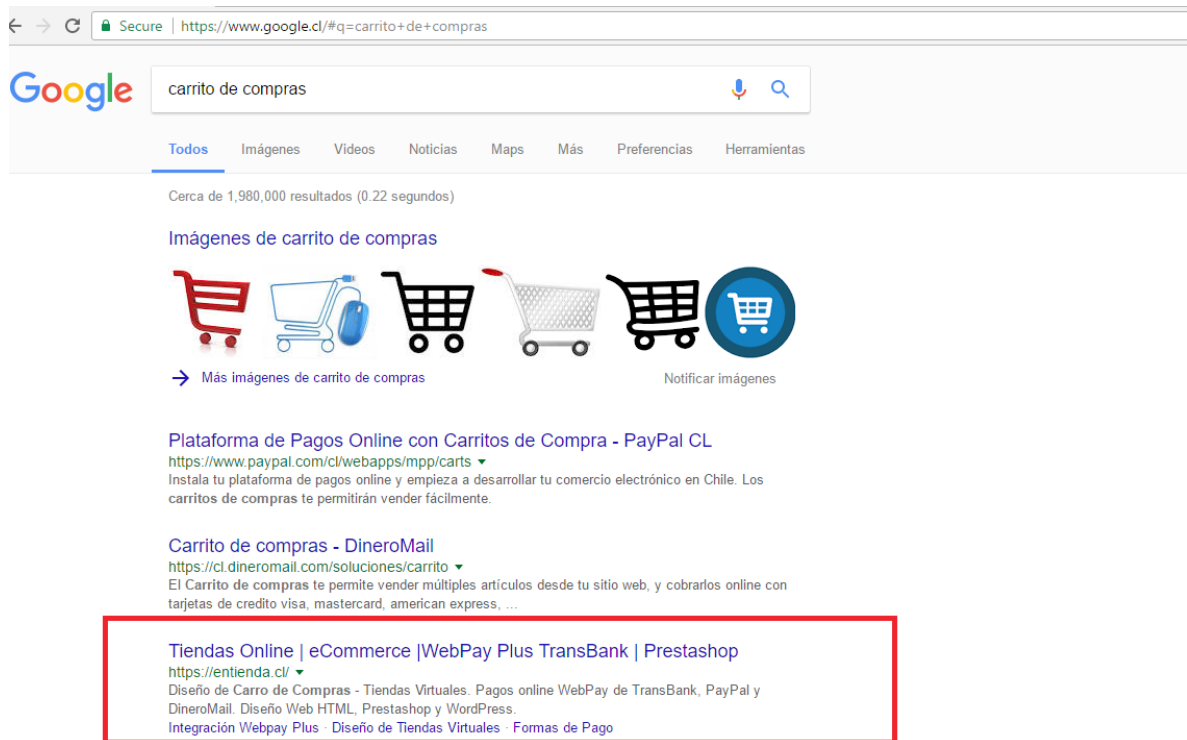
- ▶ Categorías y subcategorías claras y ordenadas
- ▶ Filtro de productos en categorías
- ▶ Productos con una buena descripción e imágenes
- ▶ Productos con ficha técnica
- ▶ Preguntas frecuentes de tus productos, despacho y pagos
- ▶ Información de tu empresa/marca: Quiénes somos, misión, visión.
- ▶ Información de tu tienda virtual: Despachos, Formas de pago, Condiciones de venta
- ▶ Ojala descripciones de textos en los productos, sin copiar y pegar, textos originales.
- ▶ Dominio web que ojalá tenga una palabra clave en él
- ▶ Información de tu tienda virtual: Despachos, Formas de pago, Condiciones de venta

Por lo tanto, verás que la carga de información es una gran tarea, que te recomiendo comenzar de a poco. Al comienzo es bueno sólo concentrarse en tu catálogo: Categorías y productos. Luego de a poco completar la ficha técnica de tus productos, lo que te permitirá contar con un buen filtro en tus categorías.



Como se ve en la imagen, el filtro se alimenta de la ficha técnica de los productos. Por lo tanto, la ficha técnica en los productos es muy importante para que tus visitantes encuentren rápido lo que buscan.

Al contar con una buena información, el SEO natural de tu web será bueno. Esto sin crear una campaña especializada en SEO.



Como se ve en la imagen, información original en tu página web o tienda virtual, estudiar y aplicar SEO, vale la pena.

Para analizar tu mercado en GOOGLE ver el siguiente enlace:

LINK: <https://www.youtube.com/watch?v=nPlkTw7ZOMo>

2) Anuncios: La otra manera de generar tráfico a tu web, es través de anuncios (Ads) que es también una forma rápida de testear si tu tienda virtual tiene éxito o no.

El mundo de los anuncios en internet y marketing digital es extenso y controversial. Cada vez toma más fuerza y hoy en día es casi obligación contar con campañas de pago por clic para no perder relevancia ante competidores.

Los anuncios más populares son en estas plataformas:

▶ Google

▶ Facebook

▶ Mercadolibre

▶ Instagram

▶ etc

3. CONTENIDO

Antes crear una campaña importante de SEO o de Google Adwords es importante que tu tienda virtual esté bien organizada y sea fácil comprar.

Por lo general los visitantes ingresan a una categoría directamente desde el menú principal o buscan el producto que quieren en el buscador principal.

Luego leen la información de tu producto y agregan el producto al carro para proceder al checkout.

3.1 QUÉ QUIERES TRANSMITIRLES A LAS PERSONAS ?

Que quieres decir? Puedes encontrar tu voz en las siguientes redes sociales y transmitir lo que quieras a las personas:

- ▶ Blog: Este puede ser construído con Prestashop, Wordpress, Blogger u otra plataforma
- ▶ Videos: A través de un canal de Youtube
- ▶ Ebooks: Para descarga en tu mismo sitio web
- ▶ Redes Sociales: Seguidores en Facebook, Twitter, Instagram, Youtube,etc.

3.2 PROCESO DE COMPRA

Antes crear una campaña importante de SEO o de Google Adwords es importante que tu tienda virtual esté bien organizada y sea fácil comprar.

Por lo general los visitantes ingresan a una categoría directamente desde el menú principal o buscan el producto que quieren en el buscador principal.

Luego leen la información de tu producto y agregan el producto al carro para proceder al checkout.

3.3 SENTIDO COMÚN EN TU WEB

A todos nos gusta que nos hablen claro y rápido, si demoras mucho el proceso de compra simplemente aburrirás a cualquiera y dejará la tarea para “más adelante” o simplemente nunca más volverá a tu sitio web.

Sin entrar en detalles y en simples términos el proceso de compra o checkout debe contar con estos elementos:

- ▶ Configuración de transporte apropiada y de fácil comprensión
- ▶ **Formulario de registro corto y simple**
- ▶ Formas de pago con tarjetas de crédito y débito
- ▶ Contar con código de Google Analytics para estudiar porcentaje de conversiones.

El equilibrio es la clave, demasiada información marea a cualquiera y poca información da desconfianza. Usa tu sentido común para equilibrar la información al máximo y no aburrir a tus prospectos.

4. CONCLUSIONES

Si te apasiona lo que haces superarás todos estos obstáculos y lograrás tener éxito en tu negocio.

Aunque tengas un equipo de trabajo que se encargue de tu página web o tienda virtual es necesario que tu también domines al menos los conceptos básicos para tomar decisiones informada(o) y sepas para donde va encaminado tu negocio.

El mundo cibernético, como sabes se mueve a pasos agigantados y lo que funciona hoy en día probablemente en 10 años más no funcionará o al menos, no de la misma manera.

Para que no te quedes pegada(o) en el pasado te recomiendo:

- ▶ Instruirte mediante tutoriales o ebooks sobre las últimas prácticas recomendadas por Google o grandes buscadores o incluso Facebook
- ▶ Estudiar a tus competidores top e imitar sus buenas prácticas
- ▶ Contar con un webmaster profesional que te instruya sobre conceptos nuevos
- ▶ Automatizar procesos repititivos de tu negocio
- ▶ Trabajar en un área que te apasione

Mi pronóstico es que los anuncios tomarán cada vez más protagonismo y cada vez serán más fáciles crear campañas online, hasta el punto que seran tan naturales como tener hoy en día un smartphone.

Lo importante es conocer las palabras clave de tu mercado, y apostar con campañas configuradas con pequeñas cantidades de dinero, para aprender de a poco.

Siempre es bueno asesorarse con los mejores y pagar asesoría para marketing online es una buena inversión una vez tu tienda online ya tiene vida.

En resumen, el éxito de una tienda online es predecible en cuanto a su estrategia de estudiar a los mejores y poner en práctica lo aprendido.

