LO QUE DEBES SABER ANTES DE IMPLEMENTAR UNA TIENDA ONLINE 2021

Pablo CASTILLO

Pablo CASTILLO

TABLA DE CONTENIDOS

Introducción

1. Lo implementas tú mismo o externalizas el servicio ____ 5
2. La Tecnología - Plataforma Ecommerce a utilizar ____ 7
3. Diseño de la tienda: Plantilla o diseño personalizado ____ 8
4. Pasarelas de Pago ____ 9
5. Logística, distribución de productos y Abastecimiento ____ 10
6. Marketing Digital, generando visitas a tu tienda online ____ 12
7. Análisis, Estadísticas y Reportes ____ 15
8. Recomendaciones y Tips ganadores ____ 16

Sobre el autor ____ 18

Pablo CASTILLO

INTRODUCCIÓN

Implementar una tienda online es un desafío importante. Son muchos los factores que debes considerar antes de comenzar a vender por internet y para ser sincero no es un camino fácil, si bien hay muchas empresas que se han sumado al ecommerce, no todas logran vender lo que quisieran. Esto pasa porque las expectativas son demasiado altas y en general se piensa que solo con tener una tienda online se va a comenzar a vender de manera automática y la realidad indica todo lo contrario.

Si descargaste este recurso, es porque estás considerando implementar tu propia tienda online, además entiendes la importancia que ha adquirido el comercio electrónico en el último tiempo, sobre todo en tiempos de pandemia, y que es fundamental para el éxito de cualquier empresa tener una vitrina digital para poder vender a través de Internet.

Esta guía te ayudará a dar tus primeros pasos en la planificación de tu tienda online.

¡Disfruta del camino y toma nota de lo que consideres más relevante!

LOS PRINCIPALES FACTORES QUE DEBES RESOLVER Y TENER CLARO ANTES DE IMPLEMENTAR TU TIENDA ONLINE

Pablo CASTILLO

1. LO IMPLEMENTAS TÚ MISMO O EXTERNALIZAS EL SERVICIO

Sin duda es la primera pregunta que debes responder, hoy muchos emprendedores han implementado su propia tienda online por sí mismos y probablemente te has planteado realizar tu propio ecommerce. Y déjame decirte algo **¡Tú puedes implementar tu propia tienda online!** Pero para ser justos no todos tenemos las mismas habilidades, si bien, hoy en día no es tan complejo implementar una tienda online desde el punto técnico, va a depender del nivel de uso de tecnología de cada persona, las funcionalidades que le quieras dar a tu tienda y del compromiso que adquieras con este proyecto.
Además, te vas a tener que capacitar, leer, documentar y aprender todo lo necesario para que puedas implementar tu propia tienda de manera exitosa.

En ese sentido, es importante hacer la diferencia entre uso de tecnologías, ya que existen tecnologías de **código abierto (software libre) y servicios Saas (Software como un servicio)** soluciones basadas en la nube, que te cobran costo mensual por el uso del servicio.

Aquí te tienes que preguntar si estás dispuesto a pagar costos fijos mensuales, ya que, si la respuesta es NO, deberías pensar en una solución de código abierto.

Si decides utilizar una solución de código abierto, vas a tener que considerar configurar algunos temas que son técnicos, **como el servidor y el dominio**. En algún punto probablemente necesites asesoría externa, aunque también te puedes documentar en Internet, hay mucha información en la red, por lo que podrías adquirir las habilidades necesarias para **configurar y administrar tu tienda online completamente solo.**

Utilizar plataformas Saas te ahorran el paso anterior, ya que, dentro del costo mensual, ellos se aseguran que tu tienda online funcione 24/7 lo que te permitiría pasar directamente al diseño de tu tienda y trabajar en la carga de productos. Pero con un Saas debes considerar el pago del servicio de manera mensual.

Ahora bien, también puedes considerar una plataforma de código abierto, **Wordpress** es la plataforma CMS (Sistema gestión de contenidos) más utilizada a nivel mundial, más del 40% de todas las páginas de internet utiliza esta tecnología. Woocommerce es un pluging de Wordpress y transforma una página web en una tienda online. Sin duda si quiere implementar una tienda online tendrás mucho trabajo por delante, **pero te ahorras los costos los mensuales y tienes el control total sobre tu tienda.** Si tu ecommerce crece debes considerar tener a una persona que se encargue de esta importante función.

Si decides externalizar el servicio, considera implementar la tienda con una profesional, freelance o agencia que tenga experiencia en la implementación de tiendas online... en el mercado existe de todo, dale la importancia que merece esta decisión. En definitiva, estarás implementado tu vitrina digital, **debes considerar obviamente un costo de implementación, estudia el mercado y define tu presupuesto**. Asegúrate de dejar claro el alcance del proyecto y dejar establecida una fecha de entrega del mismo, también deberás comprometerte para cumplir con esa fecha ya que deberás proporcionar información para la implementación de la tienda.

Independiente del camino que tomes, desde mi experiencia **siempre deberías contar con un asesor que te oriente en este maravilloso y desafiante mundo del ecommerce; además de un partner tecnológico que asegure el correcto funcionamiento de tu tienda online en todo momento.**

2. LA TECNOLOGÍA

PLATAFORMA ECOMMERCE A UTILIZAR

Son muchas las opciones que están disponibles en el mercado, como te mencioné en el punto anterior existen plataformas de código abierto y plataformas Saas.

Las plataformas de código abierto más utilizadas son:

- Wordpress + Woocommerce
- Prestashop
- OpenCart

Existen otras, pero estas son las que más se utilizan.

Las plataformas Saas más populares son:

- Shopify: desde 30 USD mensuales + 2% de las ventas
- Jumpseller: desde $19.990, el plan recomendado cuesta $29.990
- Bootic: desde $29.990

Un punto importante a considerar, es que shopify además del cobro mensual, te cobra un % por sobre las ventas.

De todas maneras, estas son las plataformas de comercio electrónico más utilizadas por **emprendedores y pymes**. Desde aquí podrías averiguar un poco más sobre ellas y tomar la decisión de cuál será la plataforma en la que estará montado tu ecommerce.

Mi recomendación es que investigues *ventajas y desventajas* de cada una de ellas y/o te asesores con un especialista antes de tomar la decisión.

También existen otras plataformas enfocadas en tiendas online para **grandes empresas,** como lo son Vtex, Magento, Oracle, Sap, entre otros.

3 DISEÑO DE LA TIENDA:

PLANTILLA O DISEÑO PERSONALIZADO

Me imagino que al querer responder este punto
te plantees optar por un diseño personalizado, pero ojo,
ya que si estás externalizando el servicio con una empresa
"low cost" lo más seguro es que estén trabajando con una plantilla.

Trabajar con plantillas no tiene nada de malo, de hecho si eres tú mismo quien quiere implementar tu tienda online, es lo que te recomiendo, selecciona un diseño que te guste y adáptalo a la identidad de tu marca.

Existe un mercado de plantillas que puedes visitar, y en donde puedes elegir el diseño que más te guste. Puedes acceder a la página desde **aquí.**

Si trabajas con una agencia, lo más probable es que tu diseño sea a medida, pero deja claro este punto antes de comenzar a trabajar.

El diseño de tu tienda online es fundamental, será tu sala de ventas, tu vitrina digital y la debes mantener ordenada, bien cuidada y actualizada, debe ser bonita. Las personas se harán una impresión de tu empresa en función de cómo ven tu tienda; así que el diseño sí importa.

4. PASARELAS DE PAGO

Mientras más medios de pagos pongas a disposición, mayor será la probabilidad de que termines generando una venta a través de tu tienda online. Independiente de las pasarelas de pago que decidas implementar, **debes considerar que todas te van a cobrar una comisión.**

En Chile, el medio de pago más utilizado en tiendas online es *Webpay Plus*, un servicio de Transbank, y es el que te recomiendo.

A continuación, podrás ver las **plataformas de pago más utilizadas en Chile** y sus respectivas comisiones por venta.

- Webpay Plus: Comisión 2,95% + IVA ventas a Crédito, 1,49% + IVA ventas a Débito.
- Flow: 3,19% + IVA abono al siguiente día hábil, 2,89% + IVA abono al tercer día hábil.
- Mercado Pago: 2,95% + IVA abono en el momento, 2,79% + IVA abono 14 días después
- Pago Fácil: 3,49 + IVA por transacción independientes, 2.95% + IVA pequeñas empresas.
- Khipu: 1.0% +IVA Transferencias, 2.1% +IVA Tarjetas de Crédito, 1.4% +IVA Tarjetas de Débito / Prepago.
- Paypal: 5.4% + 0.30 USD por transacción.
- Transferencia bancaria: 0% de comisión.

Importante, si tienes pensado implementar tu tienda en shopify, no podrás integrarte de manera directa con Webpay plus, por lo que deberás considerar una alternativa como **Pago Fácil o Mercado Pago.**

5. LOGÍSTICA, DISTRIBUCIÓN DE PRODUCTOS Y ABASTECIMIENTO

La logística es clave en una tienda online, ya que es el canal responsable de llevar el producto directo al domicilio del usuario que realizó la compra. Por lo mismo, muchas empresas prefieren realizar directamente las entregas, asegurando así una buena calidad en el servicio de principio a fin, pero esto solo es factible si despachas o vendes tus productos en algunas comunas.

Muchas pymes y emprendedores prefieren trabajar con empresas logísticas que tienen un alcance nacional. A continuación, te dejo las empresas de transporte que podrías considerar para que se encarguen del despacho de tus productos. Todas ellas tienen un **programa especial para empresas que te permite acceder a algunos beneficios como integraciones, retiro de envíos, logística inversa, además de precios especiales, entre otros.**

Operadores Logísticos

- Correos de Chile
- Chilexpress
- Starken
- Bluexpress

También han surgido **empresas especializadas en logística para Ecommerce.** Con ellos podrás olvidarte del tema del despacho, ya que se encargan de gestionar toda la distribución de tus pedidos utilizando diferentes empresas de courier. Aquí dos de las más populares.

- Shipit
- Enviame

Fulfillment

Existen empresas que se preocupan de entregar una solución aún más integral que apoye la gestión de tu negocio, y son las empresas de fulfillment. **Estas empresas se encargan del almacenamiento, preparación y despacho de tus pedidos**, con la finalidad de entregar una buena experiencia de compra al usuario, **para que tus clientes reciban sus compras en el menor tiempo posible.**

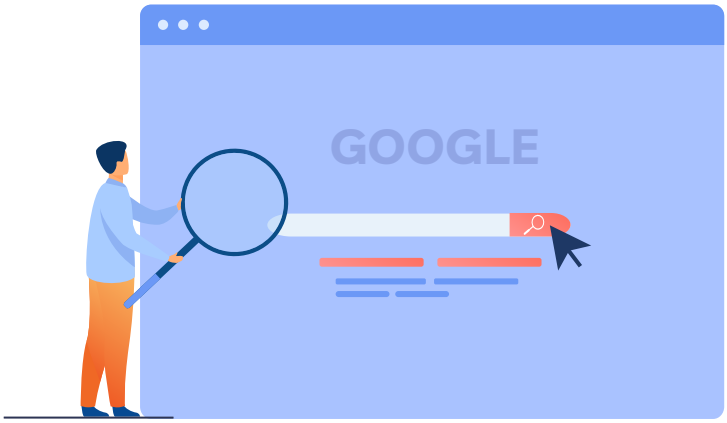
6. MARKETING DIGITAL,
GENERANDO VISITAS A TU TIENDA ONLINE

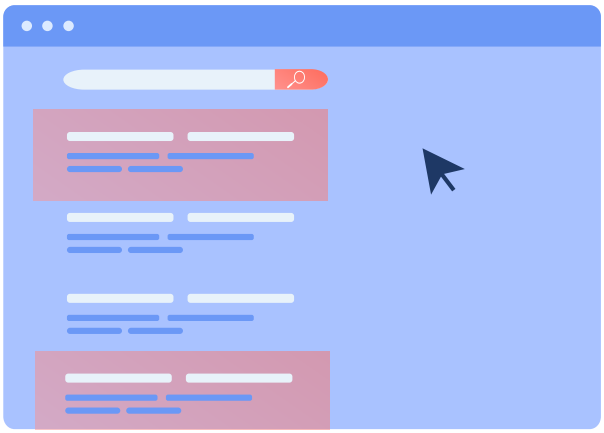
Es un hecho, si tu tienda online **no tiene visitas, no tendrá ventas.** Puede que suene obvio, pero mucha gente aún no entiende la importancia de tener una estrategia digital para generar **tráfico calificado** a su tienda online, cuando hablo de calificado me refiero a personas que tengan probabilidad de comprar tu producto o estén dentro de tu mercado objetivo.

En la actualidad existen diversos **canales digitales para la generación de tráfico**, aquí te nombro los principales:

Posicionamiento SEO

Más conocido como posicionamiento en los buscadores, consiste en aplicar una serie de técnicas en tu tienda online, para que ésta aparezca en los resultados de los buscadores cuando los usuarios busquen tu producto o una categoría de los productos que comercializas por Internet.





Campañas Google Ads red de búsqueda SEM

Son anuncios que aparecen en la parte superior de los buscadores y te ayudan a llevar tráfico calificado a tu tienda online de personas que estén buscando tu producto. Se cobra mediante le metodología de CPC costo por click y puedes configurar diferentes “palabras clave” y llevar los usuarios a páginas de destino específicas.

Campañas Google Ads red de shopping

Son anuncios, especialmente pensados para tiendas online y permiten dirigir al usuario directamente a un producto específico, se activan con palabras claves que el usuario escribe en el buscador y que el anunciante configura en Google Ads.

Google genera como resultado una vista previa del producto en el navegador con la foto, nombre, marca, precio y enlace al producto.

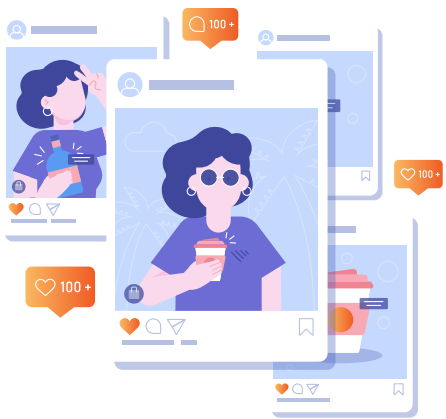
Campañas Google Ads red de display

La red de display es el formato publicitario que se muestra como una gráfica o banner y se pueden configurar en sitios asociados a la plataforma de anunciantes de Google, llamada Google Adsense. Estos anuncios es normal verlos en sitios de noticias, páginas en internet en general y aplicaciones. El potencial de estos anuncios es que podemos segmentar y mostrar nuestra publicidad a personas que cumplen con ciertos criterios de segmentación.

Redes Sociales

No es novedad que las redes sociales tienen un potencial enorme para promover una tienda online, por lo mismo es importante que mantengas una buena frecuencia de publicación, puedas dar detalles e información de tus productos, mostrar testimonios de clientes felices, crear historias. En definitiva, dedicar el tiempo que merece este canal. Importante que selecciones muy bien las redes sociales en las cuales estarás presente, al menos te recomiendo Facebook e Instagram, pero la elección estará siempre sujeta a tu mercado objetivo y a las redes que utiliza tu cliente ideal.

Utiliza la funcionalidad de Instagram Shoping, que permite la integración entre tu tienda online y la tienda de Instagram, además podrás etiquetar productos y enviar tráfico a tu ecommerce desde la red social.



Marketing con Influencers

Seguramente has visto a usuarios de Instagram que tienen cuentas con muchos seguidores tomándose una foto "casual" con un producto. Eso es Marketing de influencers, donde las empresas y las marcas buscan a personas que influyen sobre un grupo, tu mercado objetivo, y donde resulta interesante probar este tipo de estrategias. Lo que sí, busca tu a las personas con las que quieres trabajar y que no sean los influencers que ofrezcan promocionar tu producto.

Campañas en Facebook Ads

Crea campañas publicitarias para Facebook e Instagram utilizando la plataforma de Facebook Ads, segmenta tus campañas en función de los intereses, gustos y comportamiento que tenga el público al cual quieras llegar.

Instala el pixel de Facebook, con el cual podrás ir recopilando información de las personas que visitan tu tienda online. Te recomiendo que crees campañas con objetivo de conversión, de esta manera la plataforma mostrará tus anuncios a las personas que tienen mayor probabilidad de realizar la compra. No intentes ganarle al algoritmo, haz que el algoritmo trabaje para ti.

Email Marketing

Un canal demasiado sub-valorado, pero muy efectivo para trabajar en comercio electrónico. Genera una estrategia de email marketing, cultiva la relación con tu audiencia a través de este canal, envía correos que aporten valor y aprovecha la base de datos de clientes que ya te ha comprado y genera descuentos exclusivos para ellos, es más fácil que te compre un usuario que ya te compró que un usuario que aún no te conoce.

Estos son algunos canales que puedes considerar para llevar tráfico a tu tienda online. Recuerda que una tienda que no tiene visitas, no tendrá ventas. **Genera estrategias de tráfico para tu ecommerce y destina un presupuesto mensual de inversión en pauta acorde a los objetivos de venta que quieres conseguir.**

Como ves, ¡el marketing digital es un mundo!

Considera **capacitarte** si serás tú quien lleve las redes de tu ecommerce, considera contratar a alguien si es que no tienes la capacidad de llevar las redes sociales de tu negocio o considera externalizar el servicio con un **freelance o agencia**. Pero dale la importancia que merece este punto.

7. ANÁLISIS, ESTADÍSTICAS Y REPORTES

Lo que no se mide, no se puede mejorar. Es una frase muy certera y que deja de manifiesto la importancia de medir y analizar los datos, en una tienda online esto es fundamental.

Implementa el pixel de Facebook, Google Analytics, Google Search Console, y utiliza un mapa de calor que permita analizar el comportamiento de los usuarios dentro de tu tienda online.

Debes saber cuántas visitas tiene tu tienda, de donde son esas visitas, que categorías y productos visitan, cuanto tiempo permanecen en tu ecommerce.

Debes manejar el % de conversión de tu tienda online, cada cuantas visitas generas una venta, carritos abandonados, ticket promedio y el porcentaje de rebote.

Debes dominar conceptos como el CPM (costo por mil impresiones), CPC (costo por click), CPV (costo por visualización), CTR (Click to rate), ROAS (Ingresos por ventas/Gastos publicitarios), ROI (Retorno de la Inversión), CAC (Costo de adquisición del cliente), CLTV (Valor del ciclo de vida del cliente).

Medir y monitorear debe ser un trabajo que realices permanentemente, al menos una vez al mes.

8. RECOMENDACIONES Y TIPS GANADORES

- Define objetivos SMART para tu tienda online y mídelos. SMART (S específicos M medibles A alcanzable R realista T tiempo)

- Cuida la experiencia del usuario, tu sitio debe ser fácil de usar, ponte en el lugar del cliente y analiza, ¿el carrito está siempre visible?, es intuitivo navegar entre las diferentes secciones de la web, el proceso de compra es claro. Cuida la experiencia.

- Motor de búsqueda, tu tienda debe contar con un buscador que permita realizar búsquedas avanzadas de manera fácil. Ideal si muestra resultados en la medida que el usuario va escribiendo su búsqueda.

- Certificado SSL, tu tienda online debe tener un certificado que garantice que tu sitio es seguro y que las transacciones que se realizan a través de él están cifradas.

- Stock siempre actualizado, no vaya a pasar que vendes un producto que no tienes en stock, debes mantener tu inventario siempre al día.

- Atención al cliente, considera tener un chat en línea para resolver las dudas y un fono exclusivo para atención al cliente.

- Cuida las fotos de tus productos, si tienes la posibilidad contrata a un fotógrafo, si no tienes los recursos prepara un mini estudio en tu casa, con pocos recursos y con creatividad puedes crear buenas fotos.

- Cuida la descripción de tus productos, mientras más completa la información mejor. Recuerda que en una tienda online no podemos tocar los productos, así que debemos describir de la mejor manera posible las características y atributos del producto.

- Genera un cupón de descuento exclusivo para la primera compra, así puedes armar una base de datos y comenzar una relación de largo plazo con el cliente, para esto les puedes pedir el correo a cambio de un descuento.

- Configura un sistema de recuperación de carritos, casi todas las plataformas tienen esta opción, con esto podrás recuperar ventas de manera automática.

COMO VES, IMPLEMENTAR UNA TIENDA ONLINE PRESENTA GRANDES DESAFÍOS Y ES UNA DECISIÓN MUY IMPORTANTE PARA TU NEGOCIO.

ME ENCANTARÍA AYUDARTE Y LO PUEDO HACER DE LA SIGUIENTE FORMA: CON CAPACITACIÓN, ASESORÍA PERSONALIZADA, MENTORING O IMPLEMENTANDO TU TIENDA.

¡CONVERSEMOS Y VEAMOS LA MEJOR FORMA PARA QUE COMIENCES A VENDER POR INTERNET!

SOBRE EL *AUTOR*

Encuéntrame en:

Mi nombre es Pablo Castillo Infante y tengo más de 10 años de experiencia trabajando en el mundo digital, comencé programando páginas web para proyectos propios, posteriormente aprendí sobre posicionamiento web, diseño y marketing, lo que derivó en la creación de **Agencia Clever Digital** para ofrecer servicios a clientes.

En el camino descubrí mi propósito de vida... lo que realmente me motiva... que es ayudar... ayudar a emprendedores y dueños de negocios a que puedan generar un impacto positivo con sus empresas, una presencia digital sólida y que puedan vender más utilizando Internet. Con Clever Digital actualmente somos una **Agencia Hubspot Partner**, lo que nos permite ofrecer servicios de Inbound Marketing.

En lo académico, soy profesor de la Escuela de Ingeniería Comercial de la Universidad Austral de Chile sede Puerto Montt, donde imparto clases de Marketing Digital.

Soy Relator de diversas charlas en diferentes **Centros de Desarrollo de Negocios** del país. He tenido la posibilidad de dictar charlas de marketing digital, comercio electrónico, diseña tu página web, mercado libre, facebook ads, google ads entre otros.

Hoy comparto mis conocimientos en mi Canal de Youtube, un Podcast y en asesorías y capacitaciones personalizadas.

Pablo
CASTILLO

SI TE HA GUSTADO EL CONTENIDO PUEDES COMPARTIRLO CON ALGUIEN QUE SEPAS QUE ESTÁ EN PROCESO DE IMPLEMENTAR SU TIENDA ONLINE.

SÍGUEME EN REDES SOCIALES, ESTARÉ COMPARTIENDO CONTENIDOS TODAS LAS SEMANAS:

PABLO CASTILLO INFANTE

Asesor de Marketing Digital, Ecommerce y Desarrollo Web