

Exporta**Digital**_

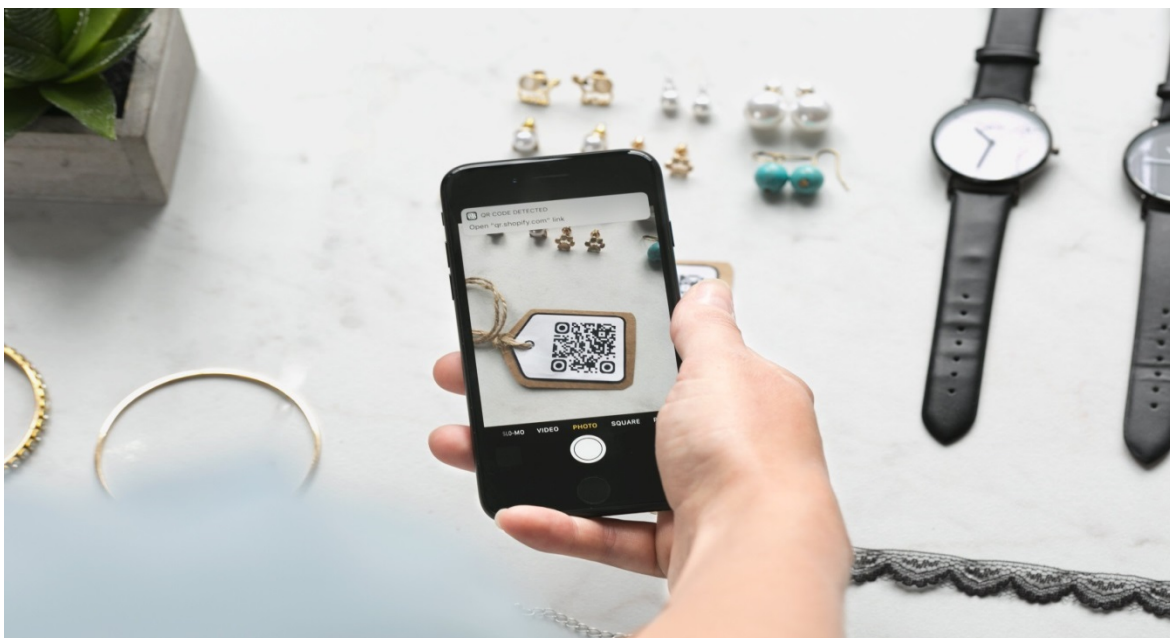
APOYO AL ECOMMERCE
EXPORTADOR

1.

**CÓMO INICIAR UN NEGOCIO DE
ECOMMERCE EXITOSO**

CÓMO INICIAR UN NEGOCIO DE ECOMMERCE EXITOSO

Cada vez más gente busca ser su propio jefe. Internet hace esta meta más accesible que nunca, y el eCommerce ofrece una muy buena alternativa para lograr el éxito. Sin embargo, puede ser tremendamente difícil saber exactamente cómo comenzar y que el negocio de eCommerce que desarrollarás, lo haga lo suficientemente bien de modo de generar el rédito suficiente. Hay bastante información disponible por lo que es necesario filtrar y procesar, además de diseñar un plan de acción que permita priorizar los recursos, para luego desarrollar tu propio plan de negocios de eCommerce.



Esta guía ofrece un enfoque simple a temas como el marketing de comercio electrónico y la selección de bienes y servicios para ofrecer, junto con otros consejos que son esenciales para lanzar una tienda exitosa. Este artículo sintetiza los fundamentos necesarios para dar los primeros pasos.

Sigue leyendo y encontrarás que los pasos necesarios para crear tu propio negocio de eCommerce son más claros de lo que podrías haber pensado.

Ventas: la clave para tener éxito con tu primer negocio de eCommerce

Al preguntarle a un experto cómo iniciar un negocio de eCommerce que sea exitoso, es muy probable que mencione los siguientes factores relevantes:

- *Excelente diseño web*
- *Muy buena atención al cliente*
- *Imágenes de productos de alta calidad (fotos y/o videos)*
- *Propuesta de venta única*

Es lo básico y tiene sentido. Tienes que proporcionar una excelente atención al cliente para tener éxito. También necesitas un sitio web atractivo y confiable si pretendes que la gente te compre. Ten en cuenta, sin embargo, que es una combinación de estas cosas las que conducen a que tu tienda sea un gran negocio de eCommerce.

Observamos esto con empresarios que se encuentran en la etapa de aprendizaje de cómo hacer que sus negocios de comercio electrónico tengan éxito. Pueden perder de vista las cosas más importantes y pasar días haciendo la tienda perfecta sólo para cerrarla después de un par de semanas. **Lo que realmente alimenta tu tienda son las ventas**, y esto debe estar en el corazón de tu plan de negocios de comercio electrónico.

Los esfuerzos para atraer tráfico de clientes potenciales a tu tienda, a través de acciones de marketing digital, seguramente se traducirá en ventas y estas te traerán más tráfico.

En síntesis, **lo que necesitas, antes que nada, es generar ventas**, incluso antes de pensar en proporcionar un gran apoyo al cliente y antes de que puedas decidir sobre la voz única de tu marca. **Sin ventas, estás acabado.**

Cómo iniciar un negocio de eCommerce

Es muy desafiante embarcarse en un nuevo negocio de eCommerce con grandes ideas. Sin embargo, sugerimos dejar de lado las ambiciones y concentrarse primero en los pasos más prácticos de tu plan de negocio electrónico. Para empezar, lo que realmente necesitas es un **medio online simple para vender tus productos y servicios**. Una plantilla (o template) de tienda básica, en una plataforma ampliamente utilizada a nivel mundial y de prestigio como **Shopify**, sirve perfectamente a este propósito y toma muy poco tiempo.

La clave es lanzar tu tienda rápidamente (obviamente con productos y/o servicios) y empezar a pensar en formas de generar ventas a través del marketing digital. Esto,

eventualmente, generará oportunidades para mejorar otras cosas a lo largo del camino. Por ahora, lo primero es lo primero.

Encontrar productos

Si eres totalmente nuevo en el mundo del eCommerce, se preguntará qué productos o servicios podrías intentar vender en tu tienda online. De hecho, quedarse atascado en esto es una de las grandes razones del por qué mucha gente nunca toma la decisión de lanzarse a comenzar su propio negocio electrónico. De hecho, elegir qué vender en tu tienda no es tan simple como comprar una variedad de productos al por mayor que te gusten, subirlos a tu tienda y esperar ansiosamente a que se reduzca ese inventario.

En este sentido, tienes que ser estratégico en la identificación de un conjunto de productos o nichos que estén de moda en la actualidad y no tan fácil de encontrar en las tiendas o en sitios web populares de comercio electrónico como Amazon. Es por eso que ir por la ruta genérica y optar por vender libros o joyas, por ejemplo, probablemente llevará a un callejón sin salida. Ya hay grandes actores que están copando esos segmentos y satisfaciendo esas demandas. Por el contrario, deberías optar por artículos más específicos, más novedosos y menos populares, que atraigan a una audiencia en particular, de un nicho muy específico.

Te sugerimos que empieces por hacer una lista de los productos potenciales que te gustaría vender en tu tienda. Piensa en cosas en las que tú o tus amigos, compañeros de trabajo y familiares estarían interesados. Sin embargo, no te limite a éstas. Explora también sitios de *social sharing* como [Pinterest](#), [Etsy](#) o incluso [Instagram](#), para obtener más información sobre qué vender. Realmente encontrarás inspiración en todas partes. Una vez que empieces a buscar, puedes verificar si tus ideas de producto son buenas buscando en las tendencias de [Google Trends](#).

La alternativa del modelo *Dropshipping*

El sistema *dropshipping* podría ser una opción viable para tu plan de negocio y en especial para facilitar el proceso de búsqueda y selección de productos. El *dropshipping* es cada vez más popular entre los emprendedores, porque tiene costos de inversión inicial sustancialmente más bajos y es generalmente una alternativa de menor riesgo a los modelos de comercio electrónico más tradicionales, que requieren que usted mismo mantenga productos en inventario.

The Dropship Model



Oberlo

¿Cómo funciona? Busca los productos que te gustaría vender en una plataforma de eCommerce como **Amazon**, **Aliexpress**, **eBay** u **Oberlo Supply**, y luego importar esos artículos y súbelos a tu tienda. Cuando un cliente compra uno de esos artículos, tú realizas el pedido a un proveedor ya seleccionado y éste envía el artículo directamente al cliente.

De esta forma, nunca tienes que manejar mercancías, te evitas la logística de despacho y puedes bajar y subir productos de tu tienda para mantenerte a la vanguardia de las tendencias actuales con mayor facilidad. Además, las aplicaciones como **Oberlo** automatizan gran parte del proceso, permitiendo así que tengas más tiempo para concentrarte en cosas más relevantes que te ayudarán a escalar tu negocio, tal como la elaboración de una buena estrategia de marketing de comercio electrónico.

eCommerce Marketing: gane más de lo que gasta, todos los días

Los empresarios novatos raramente invierten por adelantado mucho capital en sus negocios de comercio electrónico esperando obtener el retorno de sus inversiones en un plazo de seis meses a un año.

Después de lanzar una tienda simple, debes concentrarte en un 110% en el marketing digital. Cualquier otra cosa puede esperar hasta que estés seguro de que puedes generar tráfico y llegar a los clientes potenciales y que éstos te compren.

El secreto del marketing digital es encontrar el canal correcto para tus productos, y luego perfeccionar tu estrategia de marketing hasta que **el costo de traer a un nuevo cliente sea inferior a la utilidad de esa venta**. Aspira a que eso sea así con cada venta, donde gastes menos de lo que ganas cada día. Además, asegúrate de reinvertir todos tus beneficios en anuncios. No es el momento de retirar ganancias. En vez de ello, centra tu atención en la relación entre las ganancias obtenidas y el dinero gastado en marketing digital, comprobando su ROI (retorno de inversión) de publicidad dos veces a la semana, como mínimo. Idealmente, hazlo a diario.

Vende productos que tengan márgenes de utilidad lo suficientemente altos como para cubrir tus gastos de mercadeo de manera consistente. Dado que el marketing digital puede costar mucho dinero, cerciórate que los precios de tus productos estén bien calculados e incluyan todos y cada uno de los gastos involucrados en el proceso de ventas.

No pienses que poner \$100 a trabajar te traerá clientes referidos o clientes que regresan. Una inversión de \$100 debe retornarte por lo menos \$101 en ventas para que puedas reutilizarlo en publicidad nuevamente.

Sólo una vez que llegues a este punto puedes comenzar a optimizar el diseño de tu tienda, invertir en la creación de una gran imagen de marca, y buscar maneras de generar más dinero. No puedes optimizar una tienda si no tienes clientes que prueben diferentes características al principio. Por lo tanto, el marketing del eCommerce es realmente esencial para destacar de tus competidores y generar ventas.

Sin embargo, un buen plan de negocio de eCommerce requiere de una cierta inversión. Poner el dinero en tácticas de publicidad debe convertirse en ventas. A menos que tengas un presupuesto más grande, debes excluir las ideas a largo plazo como SEO o email marketing, por ahora.

Prioriza tu tiempo y dinero explorando todas las opciones. Con publicidad directa como **Facebook** o **Adwords**, puedes obtener más ventas de inmediato.

Es mejor no sólo aprender cómo ejecutar tu primera campaña de marketing de comercio electrónico en Facebook, sino también cómo optimizarla. Alternativamente, lee cómo otros se están acercando al marketing digital en **Instagram** o las últimas tendencias en publicidad en **Snapchat**. Con este conocimiento e inspiración, podrás aplicar nuevas estrategias.

Cuando evalúes el rendimiento de tus esfuerzos de marketing para tu eCommerce, pon énfasis en evaluar las campañas publicitarias en lugar de las páginas de tus productos. Esto evitará que te quedes atascado tratando de analizar y cambiar todos los pequeños detalles de tu tienda. Basta con centrarte en la publicidad y el marketing, no en el botón "comprar" de la página del producto.

Mientras que muchos de los consejos sobre cómo comenzar un negocio de eCommerce parecen más fáciles decirlos que hacerlos, ayuda ciertamente a tener una idea clara de los primeros pasos, incluyendo lanzar una tienda simple y dedicar tus energías al marketing de eCommerce. A partir de ahí, podemos comenzar a explorar los detalles.

Cómo triunfar en el comercio electrónico: ¿Qué sigue?

Una vez que hayas validado tu idea de tienda y asegurado un flujo constante de ventas, asegúrate de mantener optimizada tu tienda electrónica. Aquí se mencionan algunas recomendaciones adicionales para el negocio que puedes considerar mientras diseñas tu plan de negocio de comercio electrónico.



○ *Servicio al cliente/Contenido de autoayuda*

Alrededor del 45% de los consumidores estadounidenses abandonarán una transacción en línea si sus preguntas o inquietudes no se resuelven rápidamente. Un servicio al cliente excepcional es clave para el éxito a largo plazo de tu negocio. Crea contenido de autoservicio y una página de preguntas frecuentes detallada, ofrece soporte de chat en vivo, incentiva las revisiones de productos y crea relaciones de confianza con tus clientes.

Todo esto le dará a tu tienda una valiosa prueba social y creará clientes repetitivos, que son cinco veces más baratos de adquirir nuevos.

○ *Optimización de la conversión*

En promedio, el 69% de los visitantes de tu sitio web lo abandonarán sin pasar por una compra. ¿Cuánto aumentarían tus ingresos si estuvieras capturando esas ventas en lugar de perderlas? Optimiza el viaje de sus clientes. Crea ofertas de tiempo limitado. Lanza una campaña de email de abandono de carrito. Incluso puedes organizar una campaña de retargeting.

○ *Optimización de la tienda*

Ten en cuenta que el 44% de los compradores en línea le contará a sus amigos acerca de una mala experiencia en línea. Una vez que tienes la base establecida para tu negocio de eCommerce, el siguiente paso importante es optimizar tu sitio web. Mejora la velocidad de tu sitio web. Crea una barra de navegación intuitiva. Concéntrate en crear una gran página de producto. Visualiza artículos relacionados. Optimiza la búsqueda de tu tienda. Por último, comprueba cómo se ve tu tienda en los dispositivos móviles.

○ *Inventario*

Los productos más vendidos tienden a desaparecer rápidamente, por eso el inventario es muy importante. Busca constantemente nuevas ideas de productos que puedan mantener el tráfico en la tienda. No confíes en unos pocos productos para dirigir todas tus ventas. Más bien, ofrece a tus clientes actuales nuevos productos y prueba con frecuencia nuevas ideas basadas en las tendencias de Google.

Conclusión

Sabemos que hay personas que han tenido éxito enfocando la mayor parte de su atención en un nicho de producto único o un servicio al cliente excepcional. Dicho esto, debes saber que un 50% de las tiendas en Shopify nunca logran concretar una venta. Aunque eso puede parecer como un número muy bajo de negocios electrónicos que logran despegar, si lo comparas con las tasas de éxito de los negocios en general (10%), es un punto de partida prometedor.

Para resumir, algunos de los aspectos claves de esta guía: a medida que desarrolles tu propio plan de negocios de comercio electrónico, empieza controlando costos y pon todas las demás cosas a un lado para centrarte en las ventas. No te preocupes por tener el producto perfecto o el mejor diseño web para tu tienda al principio. Da el salto y aprende haciendo.

Utiliza las ventas de tu negocio de eCommerce como tu faro orientador, porque es la fuerza impulsora detrás de cualquier tienda exitosa. Una vez que empieces a generar una ganancia, invierte los fondos en un plan de marketing de comercio electrónico para que tu negocio siga creciendo. Sólo entonces debes comenzar a afinar otros detalles importantes, como la optimización de tu tienda.

Fuente: Oberlo, ProChile

Marzo 2018