GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Cómo crear una tienda online? Infoser

Actualidad Empresarial | 04/09/2021 | 00:00

En los últimos años, se ha producido una digitalización acelerada de las compañías, incluidas las pymes, motivada en gran parte por el traumático contexto de la pandemia por COVID-19. Miles de emprendedores se lanzan diariamente a la aventura del comercio online, partiendo de la premisa de que internet les asegurará el éxito en su negocio.

Sin embargo, esto no es cierto: crear una tienda online requiere mucho esfuerzo y dedicación, además de una cierta inversión económica. Es importante conocer desde un principio los pasos a seguir y los aspectos a tener en cuenta para lograr el triunfo de una tienda web.

Análisis del mercado objetivo

Es frecuente iniciar un proyecto en internet sin hacer un análisis serio de viabilidad. Puede ocurrir que, tras invertir en la creación de una tienda, el emprendedor se encuentre con que ciertos productos no tengan demanda suficiente, o se encuentren en un mercado extremadamente competitivo donde es muy difícil entrar.

Definir el ámbito del mercado

Cuando se inicia un nuevo proyecto en internet, se debe buscar un nicho de mercado lo suficientemente especializado como para que tenga baja competencia, y que, al mismo tiempo, tenga una demanda de suficiente amplitud como para garantizar su rentabilidad. Nada es más difícil para un proyecto nuevo que crear una web genérica que venda diversidad de productos.

Por el contrario, un proyecto que aborde una temática específica, por ejemplo, un área tecnológica, tiene más facilidad para especializarse dentro de su sector.

Un extremo serían los conocidos como micronichos, por ejemplo “tostadoras”, en los que se aborda solo un tipo de producto muy específico. Estos proyectos requieren un estudio de mercado específico para determinar si existe suficiente demanda como para garantizar la rentabilidad de la tienda.

Una opción intermedia son los macronichos, que abordan una gama más amplia de productos y, por tanto, un mercado potencialmente más amplio (por ejemplo, “pequeño electrodoméstico”). Evidentemente, en este caso hay mayor competencia y requerirá una inversión en marketing más elevada, pero también se pueden esperar mayores beneficios a medio plazo.

Conocer las demandas de los clientes

Es importante para un proyecto en internet saber lo que buscan los clientes, sus demandas y las ofertas que encuentran. Para ello se puede recurrir a crear grupos de redes sociales, que permiten analizar de primera mano las opiniones y comentarios de los futuros visitantes de la tienda.

Se puede obtener también mucha información participando en foros de internet relevantes para la temática del proyecto. Por último, es muy importante hacer lo que se conoce en SEO como investigación de palabras clave, que permite conocer el volumen de búsquedas sobre cada temática y el grado de competencia en los buscadores (Google principalmente).

Tipología de tiendas online

En función del mercado y del suministro de los productos, se pueden crear tres tipos de tiendas online:

Tiendas con almacén de productos

Es la opción más recomendable si previamente se cuenta con una tienda real, y en cualquier caso se obtendrá siempre un mayor margen de beneficio. Sin embargo, también hay que responsabilizarse del envío de productos, devoluciones, garantías, etc.

Un punto crítico en este modelo de negocio es garantizar un stock adecuado: si no hay suficientes existencias para servir los pedidos rápidamente, se obtendrán críticas negativas, y si hay existencias excesivas, se estará inmovilizando una cantidad importante de dinero.

Tiendas de dropshipping

Es un modelo de negocio donde el producto, una vez pedido por el cliente, se sirve directamente por el proveedor. Por tanto, es muy escalable y requiere muy poca inversión inicial. No es preciso mantener productos en existencias, ni asumir gastos financieros, y la entrega es responsabilidad del proveedor.

Sin embargo, suele ir asociado a márgenes comerciales más bajos, por lo que es preciso lograr un número de visitas más elevado para rentabilizarlas.

Tiendas de afiliados

Se trata realmente de una web convencional, no de un comercio electrónico, especializada, en general, en cierto tipo de productos. La red de afiliados más conocida es la de Amazon debido al inmenso volumen de negocio que genera.

Cuando un cliente pulsa en el botón de comprar, se le reenvía directamente a la web del proveedor, quien realiza todo el proceso del pedido. La web afiliada obtiene simplemente una comisión.

Este modelo es válido para cierto tipo de productos, que tengan buenos porcentajes de comisión, sean poco competitivos y cuenten con un volumen de demanda mínimo.

Promoción y marketing de la tienda

Este es uno de los puntos más importantes, y que con mucha frecuencia se olvida en la reserva de recursos para crear un proyecto en internet. Una tienda nueva será prácticamente invisible, y así seguirá hasta que no se apliquen las técnicas adecuadas de marketing digital. Esta guía detalla las estrategias para crear una tienda online.

Posibles plataformas de comercio electrónico

Es importante elegir la plataforma de comercio electrónico más adecuada según el mercado elegido, proveedores y cliente objetivo.

Aplicación PrestaShop

Es la plataforma de comercio más utilizada actualmente, creada nativamente para resolver las necesidades de una tienda online. Cuenta con una cantidad enorme de módulos y es la opción más recomendable para crear proyectos complejos, con un catálogo amplio o que requiera enlaces con aplicaciones de gestión (ERP).

Aplicación WooCommerce

Se trata de un módulo que se añade a WordPress, la más popular de las aplicaciones de creación de contenidos en internet. Gracias a esto, se tiene acceso al enorme conjunto de plantillas y módulos de esta popular plataforma.

Por esta misma razón, es más flexible para la creación de contenidos vistosos y orientados a

posicionar la página web. No tiene todavía el mercado de PrestaShop, pero muestra una tendencia creciente mantenida en el tiempo. Es una opción recomendable para tiendas con un número de productos relativamente bajo.

Plataformas propietarias

Mientras que las opciones anteriores requieren un alojamiento web, existen plataformas que ofrecen todo ya preparado a cambio de una cuota mensual. Es decir, es realmente un alquiler de la tienda. Las más conocidas son Shopify o Wix.

La gran ventaja es que son prácticamente inmediatas de poner en marcha, con una configuración mínima. Sin embargo, el proyecto está siempre atado a dichas plataformas y por tanto hay que asumir de forma permanente las comisiones y costes mensuales que implican.

Alojamiento web para la tienda

Las tiendas online tienen unos requisitos de alojamiento mucho más elevados que las webs normales, ya que todo el contenido se genera dinámicamente. Conviene elegir un alojamiento de calidad, ya que en caso contrario se obtendrá una degradación de la experiencia de los clientes y, posiblemente, una peor posición en los buscadores.

Por esta razón, Infoser ofrece únicamente alojamientos profesionales optimizados para comercio electrónico. Son importantes los discos NVME, que dan un rendimiento hasta 4 veces superior a los SSD normales.

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/empresarial/155801-como-crear-una-tienda-online-infoser.htm