

5 claves para crear una tienda en línea a partir de tu tienda física

Recopilado por Amalia Beltrán

Empezar con un negocio en internet no es fácil, pero algo que puede restarle bastante complejidad es tener una marca establecida que ya vende en el offline, ya sea en una tienda física, en bazares, ferias o en cualquier lugar fuera del ciberespacio. Cuando ya cuentas con la experiencia en el mundo de las ventas, tienes un plan de negocios definido y conoces las necesidades y deseos de tus clientes, entonces ya tienes las herramientas —y la confianza— para llevar a tu marca al siguiente nivel: al de las ventas en línea. Pero antes de lanzarte a la aventura y llevar tu negocio al online, hay un par de cosas que debes tomar en cuenta para que la transición sea lo más sencilla posible y para evitar que afecte a tu negocio.

Define los roles offline y online

Si bien es cierto que gestionar una tienda en línea puede llegar a ser más

sencillo que atender un local físico, tu negocio online merece el mismo nivel de compromiso y atención. Revisa el organigrama de tu empresa y asigna responsables para ejecutar todas las acciones que tu e-commerce necesita para funcionar, por ejemplo: Actualizar la página principal con los últimos lanzamientos y ofertas. Gestionar las ventas, pagos y envíos. Monitorear los canales de contacto, responder las dudas y comentarios de los clientes. Actualizar el catálogo de productos. Planear y ejecutar la estrategia de marketing digital, para atraer nuevos clientes. Supervisar el buen funcionamiento de todos los elementos que conforman a la tienda. Dependiendo del tamaño de la empresa y del volumen de ventas, es probable que necesites sumar nuevas personas a tu equipo o, en su defecto, contratar proveedores especializados para poder cumplir con las operaciones del día a día.

Elige una plataforma de e-commerce

Existen muchas opciones para crear una tienda online; algunas de las más elegidas por las PyMEs son las plataformas de comercio electrónico, porque ofrecen servicios integrales para crear y gestionar tiendas desde cero y sin necesidad de tener conocimientos técnicos. Normalmente se requiere de un registro sencillo y una suscripción que puede ser mensual, anual o incluso por periodos de tiempo más largos, para poder empezar a usar la plataforma y configurar los elementos necesarios: diseño, métodos de pago y envío, integraciones con herramientas de marketing, etcétera. Aquí vale la pena tomarse todo el tiempo que sea necesario para revisar las opciones que existen en el mercado y compararlas, para así encontrar la que mejor se adapte a las necesidades de tu negocio.

A continuación te compartimos un listado de las características que te recomendamos revisar: Precio. ¿Se adapta a tu presupuesto? ¿Ofrece planes variados para ir creciendo conforme a tu negocio? ¿Cobra por pageview o por producto publicado? Es importante revisar que haya transparencia en las tarifas. Integraciones. ¿Puedes integrar pasarelas de pago, chats en línea, métodos de envío, entre otras herramientas? Aunque en un inicio quizá no necesites algunas de ellas, siempre es bueno tener opciones para cuando tu negocio lo requiera. Servidor. ¿Qué tan estable es el servidor en el que estará alojada tu tienda? SEO. ¿La plataforma ofrece la posibilidad de gestionar el SEO de los productos? Además de cuestiones técnicas como la velocidad del sitio y la arquitectura de la información, es de suma importancia tener la opción de optimizar la información de cada producto para motores de búsqueda. Servicio de atención al cliente. ¿Qué pasaría si surge algún problema con

