



Cómo montar una tienda online

Informática, 04/04/2013



Debido a las masivas campañas de publicidad que hacen algunas empresas del sector eCommerce, existe una tendencia generalizada entre el comerciante tradicional de que montar una tienda online es un proceso sencillo al estilo, "ENCHUFAR Y LISTO"; algo así como paga 20 € al mes y podrás vender por todo el mundo y convertirte en un nuevo magnate...

Nada más lejos de la realidad, vender en Internet no se limita sólo a poner una página web. Vender en Internet entraña las mismas dificultades que implica el Retail tradicional, lo único que cambia es que ahora nos movemos en un soporte digital, con la complejidad adicional que ello supone.

Igual que antes de poner una tienda física tenéis que hacer una serie de cosas como echar números, planificar una estrategia, elaborar un plan de negocio que la sostenga, cuidar los materiales de vuestro escaparate, vuestros productos, etc... en una tienda online ocurre lo mismo, sólo que ahora vuestro escaparate es vuestra web y vuestros dependientes serán una serie de personas con un perfil técnico que se encargarán de conseguir y cuidar los visitantes que os van llegando.

Os dejamos un pequeño esquema con los pasos que tenéis que vigilar antes de lanzaros a vender en Internet:

- **Plataforma tecnológica de eCommerce**

La plataforma tecnológica a usar dependerá de las aspiraciones que tengáis. A nuestro parecer, no hay plataforma o software de e-commerce mejor o peor, simplemente cada plataforma o CMS se adapta mejor o peor a las necesidades situacionales de cada vendedor. Me explico:

Si simplemente queréis testear vuestro modelo de negocio y analizar la viabilidad de vuestra tienda online (en esencia, ver si vuestros productos se venden en Internet o simplemente trastear acerca de lo fácil o difícil que puede ser vender en la red...) podéis empezar por soluciones rápidas y sencillas tipo SAAS, o podéis subir vuestros productos a un marketplace

Por otro lado, si ya habéis hecho un estudio de mercado y vuestros productos se van a vender bien en Internet, os recomendamos soluciones más avanzadas tipo framework o plataformas de software libre que permiten un recorrido a medio-largo plazo, tipo Prestashop o Magento.

- **Dominio y alojamiento**

Una vez tengáis clara la plataforma tecnológica a usar, es momento de comprar el nombre de dominio y contratar el alojamiento. Técnicamente hablando, un nombre de dominio es una cadena de caracteres alfanuméricos, que cumple un

formato y normas establecidos, en la que se traduce una dirección IP de una máquina. Esto, en un "idioma" más comercial es básicamente, la forma de referenciar tu marca en Internet.

¿Por qué comprar el alojamiento después de elegir la plataforma y no al revés? Muy sencillo, porque dependiendo de la plataforma a usar, se requerirán más o menos prestaciones en el servidor.

- Si vais a registrar vuestra marca como nombre de dominio, registrad no sólo los dominios de la región donde vais a actuar (.com si es a nivel global, .es si es a nivel nacional, etc...), sino también los dominios con la extensión .info, .net, .org, etc...

¿Por qué? Básicamente como medida preventiva. Si no los registráis estaréis dando la opción a vuestros competidores para que los compren y los utilicen de forma inadecuada para robaros tráfico o perjudicar vuestra imagen de marca.

- Si no vais a usar vuestra marca como nombre de dominio, elegid un nombre de dominio que esté relacionado con los productos que vendéis, ayudará notablemente a mejorar vuestro posicionamiento orgánico.

En cuanto al alojamiento web, no es más que un espacio virtual (un ordenador) a donde apuntará tu dominio (www..) y en el que puedes instalar y hacer visible tu negocio en Internet, almacenar tus correos electrónicos, tus foros, blog, base de datos, etc... La elección de un alojamiento web es un asunto más complicado pues, estará intrínsecamente ligado a las peculiaridades propias de cada negocio. Por ejemplo, una página web corporativa no necesita grandes recursos de hardware, bastará con un dominio básico con poco espacio y varias cuentas de correo. Para el caso de una tienda online, se necesitará más espacio para almacenar las fotos de los productos, bases de datos para almacenar la información de los mismos y una cierta velocidad para poder atender los picos de carga. Plataformas de comercio electrónico más avanzadas o que empiecen a tener un elevado volumen de visitantes, requerirán de servidores dedicados o servidores privados virtuales (VPS), que no es más que un ordenador alojado en la nube.

- **Costes**

Vender en Internet es caro, lo remarco... poca inversión se traducirá en pocas ventas. Si no tenéis pensado invertir tiempo o dinero, abandonad la idea de vender por internet. Un buen escaparate digital no va a bajar de los 3.000 € si queréis darle un buen diseño y las suficientes funcionalidades como para abordar el medio plazo. Las empresas que desarrollan tiendas online son empresas de servicios, prestan servicios y los servicios se pagan a precio / hora... cuanto más cara, es de suponer que mejor preparada estará la tienda.

- **Funcionalidades de la tienda**

Cuando contratéis una tienda online, aseguraos de que lleve una serie de funcionalidades o de cuidar una serie de aspectos. El primero de ellos el diseño, aunque parezca algo irrelevante, según un estudio de Volusion (The blueprint of a succesful online store, 2010), en torno al 75% de los encuestados aseguraron que hacían juicios acerca de una compañía en función de la apariencia de su página web... ahí lo dejo.

Procurad que disponga de Herramientas de marketing y reglas de negocio, optimización para motores de búsqueda, valoraciones de visitantes, programa de afiliados (para que otros te ayuden a vender), control de inventario e incluso herramientas de cupones descuento y control de abandono de carritos. Aspectos como la atención al cliente a través de correo, chat o teléfono y medios para ofrecer seguridad y confianza al lector son cosas que debéis vigilar con atención.

Importantísimo también el aspecto social, procurad que haya una cierta integración con medios sociales como Facebook o

Twitter y que podáis hacer promociones o concursos de carácter viral.

- **Otros aspectos a tener en cuenta**

Tal y como os comenté al principio, vender en Internet es complicado. La dificultad no viene en la integración de la tienda, la dificultad viene en todo lo posterior, es decir en la consecución de tráfico segmentado. Tendréis que volveros unos expertos (o subcontratar...) en marketing digital, descubrir nuevos canales de comunicación como SEO, SEM, Afiliación, redes sociales, blogging...

Logística: Dependiendo del producto que vendáis, necesitaréis mayor o menor urgencia en el transporte, transporte en frío, etc... optimizar este aspecto es complicado.

Medios de pago: Lógicamente tendréis que instalar una pasarela de pago en vuestra tienda. Existen muchas posibilidades, elegir la mejor no es un proceso sencillo.

Legislación: Cuidad la LOPD, la LSSI (aplicables a protección de datos y buenas prácticas en Internet) y resto de leyes relacionadas con el comercio tradicional.

Explicar todo este proceso en un solo artículo es complicado, quizá esté pequeño manual de [cómo montar una tienda online](#) ayude a esclarecer un poco más las cosas.