

Ocho pasos esenciales para crear una plataforma E-Commerce



Daisuke Jiro Kitayama Valerio

Administrador y Consultor de Negocios Internacionales
y Jefe Académico de la Escuela del Conocimiento Compartido



“Estos datos sitúan a las pequeñas y medianas empresas peruanas en un escenario donde, si desean permanecer aún en el mercado, deben sí o sí contar con una plataforma de E-commerce. En el caso de Perú el porcentaje de uso de internet es de 63% aproximadamente, y va en aumento, cada vez se realizan más transacciones comerciales a través de redes sociales y plataformas web.”

En época de pandemia, el negocio online está cada vez más diversificado. En Perú, en los últimos 5 años, las ventas por internet crecieron en un 8.3% (Reporte de Euromonitor International E-Commerce in Perú). Y, a raíz de la coyuntura actual, esto se incrementará a un ritmo cada vez más acelerado en todo tipo de negocio, desde productos para el hogar hasta artículos exclusivos.

Estos datos sitúan a las pequeñas y medianas empresas peruanas en un escenario donde, si desean permanecer aún en el mercado, deben sí o sí contar con una plataforma de E-commerce. En el caso de Perú el porcentaje de uso de internet es de 63% aproximadamente, y va en aumento, cada vez se realizan más transacciones comerciales a través de redes sociales y plataformas web.

Hoy en día, nuevas plataformas ofrecen operaciones más seguras y confiables; los peruanos estamos perdiendo el miedo a usar tarjetas de crédito y hay cada vez más personas bancarizadas. Es por ello que aquí les brindamos ocho pasos esenciales para crear su plataforma E-Commerce:

1) Define el producto o servicio a vender o exportar

Define el producto o servicio a comercializar e identifica las ventajas del mismo. Trata de ofrecer productos o servicios que puedan tener una propuesta de valor diferente, personalizada y con tendencia actual en el mercado.

2) Conoce a tu público objetivo

Hazte las siguientes preguntas: ¿A qué segmento de mercado deseo llegar? ¿Qué están buscando? Analiza información demográfica, como la edad, los ingresos, el nivel de educación y otros parámetros que pueden ayudarte a definir tu público objetivo.

3) Elige la plataforma correcta y diseña tu tienda Online

Al tratarse de pequeñas y medianas empresas, que aún no están posicionadas, es importante su acceso a algún Market Place, que son plataformas sólidas, que tienen público que las frecuenta. Recuerda que el diseño, arte y creatividad serán puntos esenciales para el éxito de la misma:

- El nombre de tu tienda online debe estar relacionado con los productos y servicios que ofreces.
- Tu página debe tener siempre información de contacto por todos los canales de comunicación existentes.
- Ponle un rostro a tu tienda online con un logotipo y una marca. Estos deben ser visuales, simples y digeribles.

4) Crea una pasarela de pago efectiva

Las pasarelas de pago garantizan la forma en que los clientes pagan, así también la manera en que esos pagos fluyen en dirección a tu cuenta bancaria. Es importante buscar un procesador que tenga un manejo seguro de pagos con encriptación, SSL integrado y la capacidad de aceptar pagos en diferentes monedas extranjeras. Tu pasarela se puede integrar a Paypal u otros manejadores de transacciones en línea o, sin problemas, a través de Wordpress, esto sería aún mejor. Por supuesto, asegúrate de que la web tenga muchos logotipos de pago, así como marcas de confianza.

5) Llena tu web con productos o servicios a promocionar

Utiliza fotos de alta calidad en todos los sentidos, esto incluye iluminación, composición y detalles. Recuerda que las imágenes deben siempre estar acompañadas de una estrategia de contenidos de valor. No satures de información a tus potenciales clientes, se claro y preciso en el texto. Recuerda también trabajar en una estrategia de promociones, descuentos y/o paquetes.

6) Implementa herramientas para transacciones seguras

Tus clientes deben saber que la web está implementada con medidas para evitar que su información pueda ser objeto de fraude o ciberdelincuencia. Asegúrate de conocer las leyes que rigen las transacciones y el comercio online.

7) La “experiencia cliente” es muy importante

Recuerda que tu marca es más importante que el nombre, logotipo o los mismos productos o servicios que ofrece. La estética puede tener un gran impacto en la marca, incluso los colores que elijas pueden influenciar en la decisión de compra. Haz que tu sitio web sea atractivo, moderno y fácil de navegar, para garantizar una experiencia de usuario de primer nivel.

8) Aprovecha al máximo la tecnología actual y las tendencias

Esto significa ir más allá de que tu sitio de E-Commerce utilice los últimos complementos y esté optimizado para funcionar en las últimas versiones de sistemas operativos y/o softwares de navegación. No olvides que la optimización de tu sitio, para los motores de búsqueda, es una forma importante de atraer tráfico. Además, realiza constantemente benchmarking y, con una propuesta de valor interactiva, personalizada e interesante, encuentra la forma de diferenciarte de tu competencia.