

¿CÓMO EMPEZAR TU TIENDA EN LÍNEA?

Contenido

- 03** ¿Por qué crear una tienda en línea?
- 06** ¿Qué necesito para una tienda en línea?
- 08** **Cómo elegir el mejor dominio**
- 10** Cómo elegir el mejor host
- 11** Plataformas
- 12** Diseño de tu sitio web
- 13** Características de una tienda en línea
- 16** ¿Cómo lograr tus primeras ventas?



03

¿Por qué crear una tienda en línea?



¿Por qué crear una tienda en línea?

En la actualidad, el internet nos ha brindado la posibilidad de acceder a servicios, productos y oportunidades que tiempo atrás se habrían considerado impensables.

Los avances digitales han transformado nuestras vidas, desde la manera en que nos comunicamos, trabajamos, hasta la forma en la que adquirimos bienes o servicios hoy en día.

Estas transformaciones digitales han revolucionado la sociedad en la que vivimos al igual que la economía, creando nuevos espacios donde interactuar.

La economía digital está basada en la aportación que se da a la economía a través del uso de las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

De acuerdo a la CEPAL (Comisión Económica Para América Latina y el Caribe) uno de los cambios que el uso del internet ha traído es el surgimiento, entre otros, del comercio digital.

El comercio electrónico es el proceso de compra, venta o intercambio de servicios, bienes e información a través de redes informáticas, indica el INEGI (Instituto Nacional de Estadística y Geografía).

En el caso de México, de acuerdo a la Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y uso de Tecnologías de la Información en los Hogares (ENDUTIH), el comercio electrónico en 2017, significó el 4.6% del producto Interno Bruto y el 4.6% del valor agregado.

Valor agregado bruto del comercio electrónico en el producto interno bruto				
2013	2014	2015	2016(D)	2017(P)
3.0%	3.4%	3.5%	4.0%	4.6%

(D)Cifras definitivas

(P) Cifras preliminares

Tabla recuperada del INEGI.

Las ventajas que ofrece el comercio electrónico, tanto para las empresas como para los consumidores, ha propiciado que en México, año con año, sea más significativa su aportación a la economía del país.

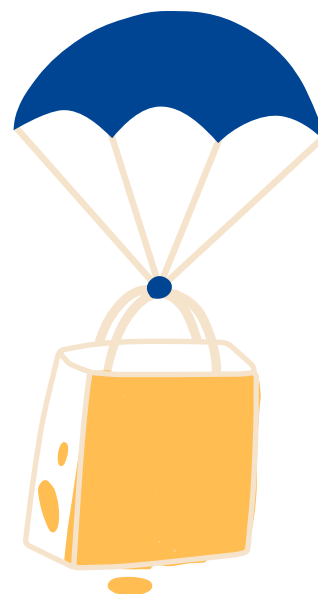
Hacer una tienda en línea para tu empresa física o crear una tienda digital, te pone a la vanguardia dentro de uno de los sectores económicos de mayor crecimiento.

En México, el comercio electrónico en 2018, alcanzó un valor de 396 mil millones de pesos, de acuerdo a la Asociación de Internet. Esto significa un crecimiento del 20% respecto al año anterior.

¿Por qué compran las personas en internet?

- Reciben sus compras a domicilio
- Encuentran mayor variedad de productos
- Encuentran más descuentos y promociones
- Ahorran tiempo

Vender productos o servicios en internet no es una cuestión de moda, es una oportunidad de incrementar significativamente los ingresos de una empresa, así que veamos, qué es lo que necesitas para crear una.



06

¿Qué necesito para una tienda en línea?



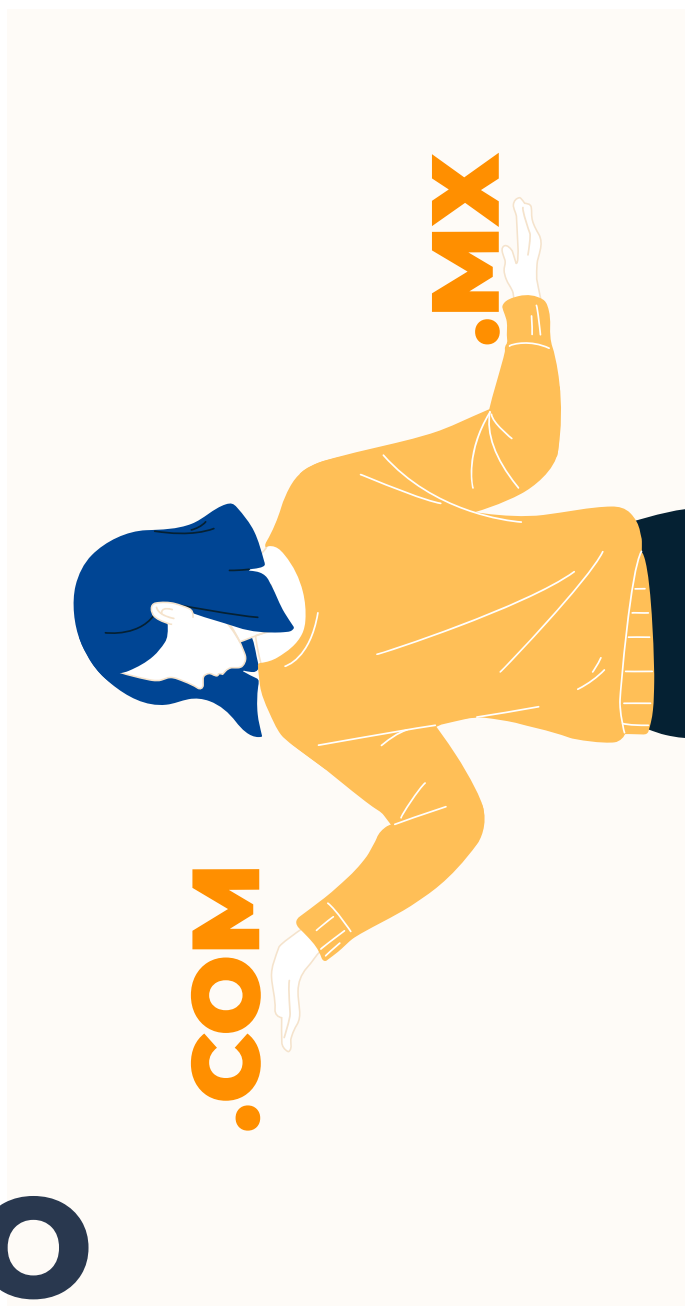
¿Qué necesito para una **tienda en línea**?

- Identifica el nicho en el que vas a trabajar.
- Determina quiénes serán tus compradores y establece sus características.
- Conoce el sector en el cual estará tu tienda en línea. Ten claro quién será tu competencia.
- Establece los productos o servicios que ofrecerás.
- Determina los costos y precios de los productos o servicios.
- Establece el modelo en el cual trabajarás: tendrás un stock físico o dropshipping.
- Determina nombre, logo, colores, aspectos de diseño y estilo que tendrá tu tienda.
- Contrata un dominio y host.
- Selecciona la plataforma en la que trabajarás.
- Categoriza los productos que ofrecerás.
- Trabaja en los productos que tendrá tu tienda en línea.
- Crea las políticas de privacidad, términos y condiciones de compra, así como las políticas de devolución y entrega.
- Determina los métodos y pasarelas de pago.
- Establece la logística de los envíos.
- Trabaja la estrategia de publicidad y marketing de tu tienda.



08

Cómo elegir el mejor dominio



¿Cómo elegir el mejor dominio?

Uno de los pasos fundamentales al crear tu tienda en línea, es la compra de tu dominio y host.

El dominio es el nombre único y exclusivo que identifica a tu e-commerce en internet.

Debes determinar qué tipo de dominio será el que elegirás para tu tienda en línea.

Una de las opciones son los dominios ccTLD (por sus siglas en inglés, principales dominios de nivel superior de código de país).

Estos dominios son un par de letras que son exclusivos para un país o un territorio concreto, un ejemplo en México es el .mx

En otro sentido, están los dominios de nivel superior genérico (gTLD), no están asociados con ningún país en específico, el ejemplo más común sería el .com.

¿Cómo determinar qué tipo de dominio comprar?

Más allá de ser un nombre, el dominio, también brinda información al buscador, porque ofrece resultados de búsqueda con base en la ubicación geográfica.

De elegir un dominio ccTLD, estás enviando una señal directa sobre la información geográfica para su posicionamiento, mientras que con los dominios gTLD, puedes tener mayor oportunidad de configurar la orientación geográfica.

Según el público objetivo de tu tienda en línea, así como los propósitos en cuanto a posicionamiento que tengas, deberás tomar la decisión del tipo de dominio.

Precios estimados

Los precios de un dominio dependen desde el lugar donde desees adquirirlo, hasta el tipo que estés buscando, veamos algunos ejemplos:

Dominio	Precio estimado
.com	\$150 - \$200
.com.mx	\$250- \$350
.mx	\$600
.net	\$180
.org	\$200

Los precios están reflejados en pesos mexicanos.

Cómo elegir el mejor **host**

Respecto al host, podemos hacer una analogía para entender su importancia en nuestra tienda en línea. Si nosotros queremos establecer una tienda física, rentaremos un espacio para tenerla.

En un e-commerce, el host representa eso, el lugar donde nuestra tienda online vivirá, de ahí la importancia del mismo.

En el host se almacenará la información de tu tienda, en forma de imágenes, videos, archivos, entre otros.

Si estás considerando utilizar como plataformas para tu e-commerce *Prestashop* o *Shopify*, es importante que sepas que no necesitas host.

¿Qué aspectos debes tomar en cuenta para rentar tu alojamiento web?

Los requisitos y características de tu e-commerce, serán el punto de partida para seleccionar el host. Si tu tienda en línea, tendrá pocos productos, no es necesario contratar un plan tan robusto.

Volviendo a la analogía con la tienda en línea, el local lo rentas con base en el tamaño que tendrá el espacio en el que ofrecerás tus productos, ocurre exactamente lo mismo con el alojamiento web.

Considera tres aspectos al momento de contratar un host:

- Espacio disponible.
- Tecnología del servidor.
- Cantidad de información que requiera tu tienda de manera mensual.
- Escalabilidad.

Por último, es esencial que consideres que tu e-commerce cuente con SSL (Secure Sockets Layer) que significa Capa de Conexiones Seguras.

Es un certificado digital el cual permite que el tráfico de datos entre un navegador web y un sitio web esté cifrado, protegiendo de esta manera la conexión.

Este certificado, lo puedes identificar en un sitio web, ya que se refleja como un candado verde, junto a la URL de la web.

Algunos de los servicios de host que existen incluyen este certificado, por lo que es otro aspecto a considerar al momento de elegir tu alojamiento web.

Costos

Los costos del host, dependen de los aspectos que se mencionaron anteriormente: espacio disponible, tecnología del servidor, cantidad de información que va a requerir tu tienda, el certificado SSL, incluso algunos varían ya que incluyen el dominio.

El precio estimado puede rondar entre los \$400 pesos y los 3 mil o más, anuales.

Los precios del host son variables, por diversos factores que van desde la compañía en la que lo adquieres, el tiempo durante el que lo contratas y por supuesto, las características del paquete que requieres.

Plataformas

Las plataformas son el lugar que nos permitirá ofrecer los productos o servicios de nuestra tienda en línea. En las plataformas o interfaces, existen dos perspectivas: la que tiene que ver con la administración que es controlada por ti (backend) y la parte en la cual visualizan los usuarios la tienda (frontend).

Algunas de las plataformas más famosas en México para tiendas en línea son:
Woocommerce, Magento, Prestashop, Shopify, entre otras.

Woocommerce: es un plugin de WordPress que se utiliza para trabajar como una tienda en línea. Es completamente gratuito. Se recomienda para tiendas de pequeñas a medianas. Es muy sencillo e intuitivo de utilizar.

Magento: es un gestor de contenidos especializado en tiendas en línea. Una de sus características es que es de código abierto, tiene versión gratuita y de paga. Entre sus ventajas está la gran variedad de plantillas y plugins a los cuales tendrás acceso. Es una de las plataformas más reconocidas para tiendas en línea.

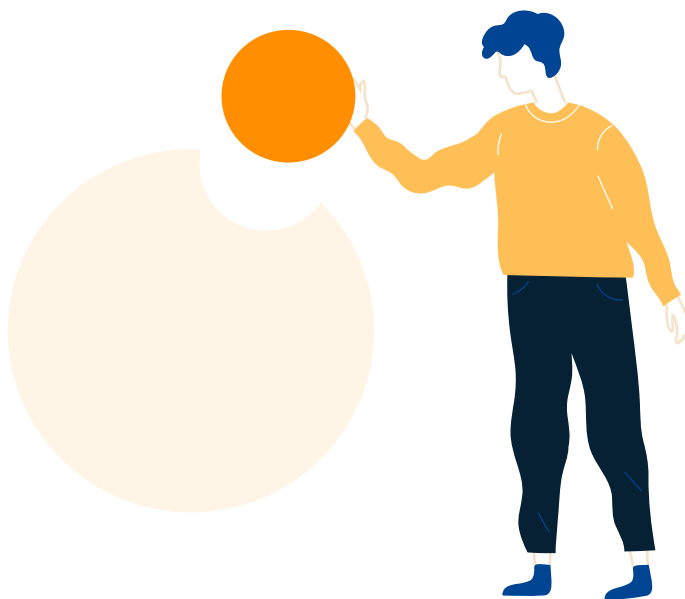
Una desventaja de *Magento* es que está más enfocada a empresas de medianas a grandes, por lo que su versión de paga es costosa, al igual que sus plugins, templates o mantenimiento que necesite.

Prestashop: es un gestor de contenidos que de igual forma que *Magento*, se especializa en tiendas en línea. Algunos lo consideran más fácil de utilizar que *Magento*, aún así no se considera tan intuitiva para instalar. Es de código abierto y es gratuito.

Shopify: es una plataforma que te brinda todas las funciones para utilizarlas en el comercio electrónico y también como punto de venta. Para muchos resulta una plataforma que, de forma muy sencilla, te permite crear y personalizar tu tienda en línea.

Si bien *Shopify* es de paga, una de las ventajas que te ofrece es que puedes utilizarla para realizar diferentes tipos de ventas en internet: a través de redes sociales, con una tienda online o en un blog.

Kueski Pay cuenta con un plug in que permite la integración con todas estas plataformas.



Diseño de tu sitio web

Ocho de cada 10 compradores consideran que la apariencia de una página influye para realizar su compra, de acuerdo al estudio realizado por Asociación Mexicana de Venta Online (AMVO).

Esto quiere decir que para el 82% de los usuarios, el diseño de una tienda en línea, influye directamente en su decisión de comprar o no.

Por lo que el diseño para tu e-commerce, es un tema fundamental. Veamos algunos de los detalles más importantes:

Cómo elegir el mejor

El *template* es la plantilla que se selecciona para mostrar la estructura, organización y diseño de tu tienda online.

Para elegir tu *template*, debes tomar en cuenta: las opciones que te brinda en cuanto a personalización, organización del sitio, diseño y aspectos de optimización.

La capacidad de una plantilla de tener la versión móvil y de escritorio, es una característica a considerar de suma relevancia.

Las visitas al comercio electrónico, a través de las versiones móviles, han ido en aumento durante los últimos años, de acuerdo a la AMVO, en 2018, alrededor del 80% de las visitas a e-commerce se realizaron a través de un dispositivo móvil.

Otro elemento importante es que la plantilla debe ayudar a que tu e-commerce sea muy atractivo a la vista y logre motivar a los visitantes para realizar una compra.

Un *template* brinda uniformidad a todo el sitio y profesionalidad, recuerda que es muy importante

que la tienda inspire confianza para que los posibles compradores, decidan realizar una compra.

¿Qué tipo de *template* es el mejor?

Debes considerar que existen *templates* predeterminados que puedes utilizar para tu tienda en línea, dependiendo de la plataforma con la que estés trabajando.

Existen tiendas especializadas, en las cuales puedes adquirir *templates* premium. También hay plantillas gratuitas que puedes utilizar para tu tienda online.

Otra opción es que un desarrollador cree y personalice un *template* específico para tus necesidades.

La ventaja de tener un *template* personalizado, es que el sitio será creado con base en las necesidades de tu negocio. Con las características que desees para tu e-commerce, en cuanto a diseño, organización o espacio.

Una desventaja de utilizar un *template* que no sea personalizado, es que existe la posibilidad de que otros sitios tengan el mismo diseño, a pesar de que pueden variar colores o versiones del mismo.

De elegir un *template* predeterminado, considera que sea amigable con aspectos de optimización, tales como: la velocidad de carga, faciliten el trabajo de los robots de buscadores, tenga un código limpio, vengan de una fuente confiable, para evitar vulnerabilidad de seguridad, entre otros.

Por lo que a la hora de elegir un *template*, ya sea personalizado o predeterminado, debes de considerar aspectos más allá de la estética; los elementos SEO, también serán un requerimiento relevante.

Características de una **tienda en línea**

Si buscamos que nuestra tienda en línea logre el éxito que deseamos, entonces debemos trabajar mínimamente con las siguientes características:

- Versión móvil y de escritorio.
- Variedad en métodos de pago.
- Opciones atractivas y variadas de envío.
- Una excelente apariencia.
- Buen posicionamiento en los buscadores.
- Aspectos de seguridad y confianza para el comprador.
- Una buena estrategia de marketing.
- Excelentes fotografías de productos.



Registro de usuario y cuentas múltiples



Sistema inteligente de publicación de precios



Sistema de pago personalizable



Optimizado a móviles



Capacidad de programación de envíos



Blog e información complementaria



Canales de comunicación inmediatos



Catálogo de productos

Pasarela de pagos

Los métodos de pago son una pieza clave para lograr una buena aceptación en el comercio electrónico. Si son reducidas las opciones que brindamos para realizar una compra, cerraremos las posibilidades para que más compradores se acerquen a nuestro e-commerce.

Las pasarelas o métodos de pago, son las opciones que brindamos a nuestros clientes para realizar su compra. Algunas de las opciones que podemos brindar a los usuarios para realizar sus compras son:

- Pagos con tarjeta de débito o crédito.
- Transferencia bancaria.
- Pago en tiendas de conveniencia.
- Pagos en tienda física (para los comercios que apliquen), entre otras.
- Pagos contra entrega.

Respecto a plataformas que puedes incluir en tu e-commerce para realizar los pagos están:

1. Kueski Pay: esta opción te abre grandes oportunidades para los clientes que no manejan tarjetas ya sea de crédito o débito y desean adquirir tus productos a plazos. Además te brinda grandes beneficios respecto a la seguridad en pago y olvidarte por lo tanto de los contra-cargos. Es un método de pago, fácil y seguro para los usuarios.

2. PayPal: te permite incluir diferentes formas de pago para tu tienda en línea. Es compatible con WooCommerce, Magento, Wix, Shopify, entre otros.

3. Stripe: una de las plataformas para pago más conocidas, te brinda la opción de incluir en tus métodos de pago, tarjetas de débito y crédito, monederos, métodos de pago locales, entre otros.

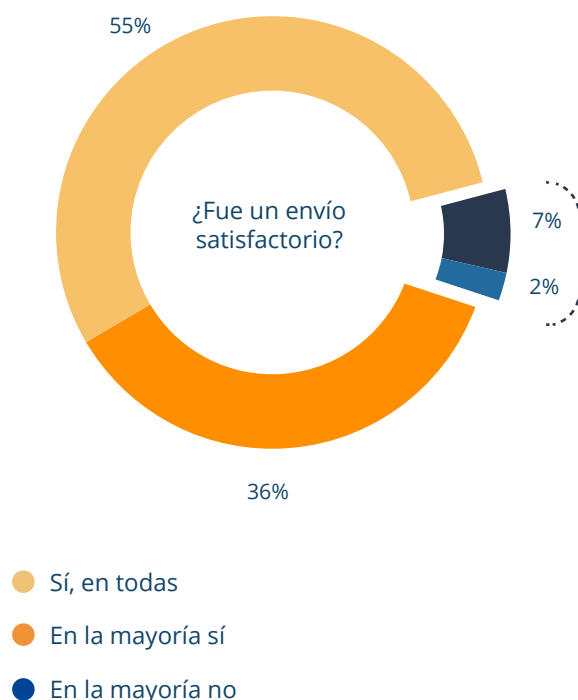
4. Conekta: otra de las plataformas en México más conocida para métodos de pago. Te da alternativas para que los compradores puedan pagar con efectivo, con diferentes opciones, así como aceptar pagos con tarjetas de débito o crédito.

Algunos de los elementos que debes tomar en cuenta para seleccionar tus pasarelas o métodos de pago son:

- Comisiones.
- Integración con tu sitio web.
- Seguridad.
- Buen soporte.

Envíos de mercancía / plataformas

Envío y devoluciones



Razones de insatisfacción

- 66%** Tardó mucho
- 35%** Envío sin seguimiento
- 22%** Producto dañado
- 21%** No había *envío* gratis
- 29%** Envío lento
- 18%** No había garantía por daños
- 13%** Envío costoso
- 25%** Otro

Una de las principales razones por las que un comprador puede no volver a comprar en tu tienda en línea, es porque exista insatisfacción respecto al envío. Por ello, el envío es vital para crear una excelente experiencia de compra.

Algunas de las plataformas que puedes utilizar son:

1. Paqueterías tradicionales: muchas de las paqueterías que conocemos que operan en México, han ingresado al mundo del comercio electrónico. Incluso en algunas puedes integrar su sistema a tu e-commerce.

También hay quienes trabajan con guías prepagadas que te serán de ayuda. Puedes explorar en cada una de las paqueterías, las opciones que te ofrecen.

2. Mi envío: existen otros sitios que te ofrecen la logística en este sentido. Mi envío sincroniza automáticamente tus órdenes de compra y tiene compatibilidad con Magento, WooCommerce, Shopify y PrestaShop.

3. Skydropx: esta plataforma ofrece para la logística de tu e-commerce, rapidez en la entrega, elección de costos de envío, facilidad de entrega, entre otros. Trabaja con paqueterías como Fedex, Redpack, Estafeta, DHL y UPS.

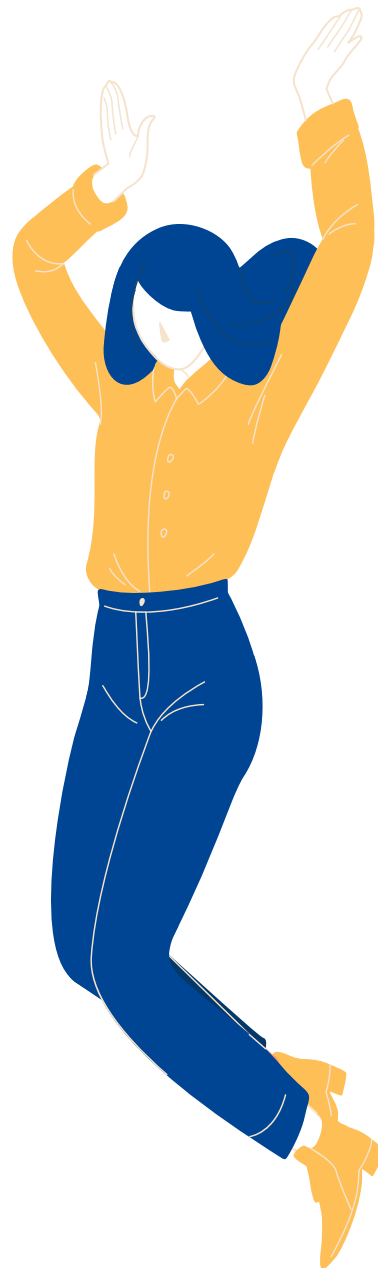
4. Pikkop: Es otra plataforma de envíos que trabaja con distintas paqueterías. Hasta el momento sólo tiene integración con Shopify.

¿Cómo lograr tus primeras ventas?

Una vez que has terminado con todos los aspectos técnicos y de logística de tu tienda en línea, entonces requerimos realizar una estrategia de marketing para conseguir tus primeras ventas, ¿cuáles son las opciones que tienes? Aquí te presentamos algunas de ellas:

- Social Media.
- SEO.
- Retargeting.
- SEM.
- E-mail marketing.

Al igual que ocurre en una tienda física, tu e-commerce necesita que realices esfuerzos para que se conozca. Por lo que el marketing digital te será de ayuda para atraer y fidelizar a clientes.



Social Media

Las redes sociales forman parte de tu plan de marketing digital, pues son un canal donde podemos captar o fidelizar clientes para nuestra tienda en línea.

De acuerdo a la Asociación Mexicana de Ventas Online en México, hay más de 60 millones usuarios en Facebook y 30 millones en Instagram.

La imagen de nuestra tienda en línea en redes sociales es de relevancia para nuestra presencia en internet, es un esfuerzo constante por mantener comunicación con nuestros clientes.

Además de publicaciones periódicas para establecer comunicación con los seguidores, podemos realizar campañas de paga con el fin de captar clientes y concretar ventas en nuestro sitio.

SEO

Trabajar el *SEO* es una estrategia de marketing que no puedes dejar. Por sus siglas en inglés *Search Engine Optimization*, se refiere a las técnicas de optimización para la posición, en este caso, de nuestra tienda en línea, en los motores de búsqueda.

Al realizar estrategias de *SEO*, intentamos que las personas encuentren nuestros productos en los primeros resultados orgánicos de los buscadores.

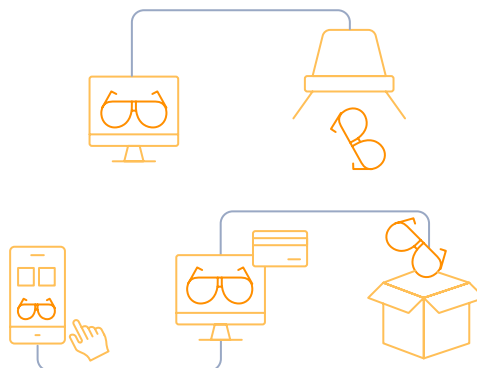
Para que nuestra tienda esté bien optimizada tendrá que trabajarse desde el *SEO*, aspectos como la estructura, diseño, tiempo de carga y contenidos del sitio.

Retargeting

El *remarketing*, o *retargeting*, es una técnica que se utiliza para presentar publicidad a los usuarios que en algún momento hayan interactuado con nuestra tienda en línea o productos.

Las tiendas en línea, lidian constantemente con carritos abandonados.

A través del *retargeting* se busca que los usuarios que visitaron o seleccionaron algún producto, durante su navegación posterior, puedan tener nuevamente interacción con él.



SEM

Desde la estrategia *SEM* (*Search Engine Marketing*) trabajamos las apariciones en los motores de búsqueda pagadas.

Son resultado patrocinados, por los cuales se pujan, a través de realizar campañas pagadas.

En el marketing de buscadores determinamos a través de qué términos queremos que aparezca nuestro producto o tienda.

Existen diversas campañas que de acuerdo a tus necesidades y objetivos puedes seleccionar.

E-mail marketing

El e-mail marketing, se refiere al marketing que se realiza por correo electrónico. Es una herramienta muy sencilla que te ayuda a mantener comunicación constante con los clientes.

Una opción es enviar información atractiva, a través de un *newsletter*, que haga que las personas estén interesadas en tu marca o productos.

También es un canal de comunicación para informar sobre promociones, nuevos productos o descuentos.

La combinación de todas estas estrategias te asegurará realizar las primeras ventas para tu e-commerce.

Recuerda que como en cualquier empresa, es importante tener claro nuestros objetivos para así plantear la mejor estrategia.

Por último, el comercio electrónico se posiciona cada vez más como un sector en constante crecimiento no sólo a nivel mundial, sino en México, toma cada día más importancia en el sector económico.

Las ventajas y facilidades que tiene resultan muy atractivas para apostar por él, sin embargo, tener claro nuestro propósito, apoyarnos de los expertos en el tema y brindar una tienda en línea de la mejor calidad, nos asegurará un ingreso exitoso en este ámbito.



¿CÓMO EMPEZAR TU TIENDA EN LÍNEA?

Contacto:

Prensa@kueski.com

“Recuerda, este es un texto informativo que contiene sugerencias. En Kueski no nos hacemos responsables por los resultados obtenidos al utilizar los productos/servicios aquí mencionados.”