

*It's our aim  
shopping, shopping  
& shopping  
Do you think in me?*



# Emprender con un ecommerce

El eCommerce es sin duda una gran oportunidad para pymes y autónomos, pero vender a través de internet es mucho más que crear una tienda online, requiere una estrategia global y una ejecución táctica muy precisa. Estos son algunos de los puntos a tener en cuenta.

## Vender a través de internet es mucho más que crear una tienda online, requiere una estrategia global y una ejecución táctica muy precisa

### ◀ No somos elásticos

Cuando emprendemos tendemos a querer hacer todo nosotros para reducir costes pero no podemos ser expertos en todo. Un eCommerce requiere de muchas disciplinas que no pueden fallar: plataforma, usabilidad, aspectos legales, pasarela de pagos, etc. Cada euro invertido en consultoría te ahorrará problemas posteriores.

### ◀ Desde el minuto 0 piensa en tu “Buyer Persona”

Ponle nombre y métete en su piel. ¿Cómo es? ¿Qué contenido consume? ¿Qué le interesa? ¿Por qué va a elegirte a ti frente a otros? Los estudios de mercado son básicos en el inicio, pero habla con personas reales, comparte tu proyecto y sobre todo escucha. La clave es empatizar para aportarles valor.

### ◀ Tu producto necesita alma

No es suficiente tener el mejor producto, tu marca debe de transmitir algo más. Es necesario crear una comunidad para generar la preferencia. El tráfico a tu web es necesario, pero si no trabajas tu marca con influencers, medios de comunicación, canales

propios etc. solo tendrás visitas y ninguna conversión. En los comienzos invierte en tráfico, pero sobre todo invierte en prescripción.

### ◀ Las imágenes son tu mejor arma convicción

Ante la imposibilidad de tocar el producto, el consumidor debe de sentirlo digitalmente. Cuanto más detalle mejor, y si puedes poner el producto en contexto sería perfecto para favorecer la decisión.

### ◀ Prepárate para errar y para medir

Ejecuta tu guión estratégico pero mentalízate para no ver resultados a corto plazo. Al principio todo es caótico y parece no tener sentido, pero espera y mide cada acción. No tengas prisa por tomar decisiones.

### ◀ Presta máxima atención a cada fase del funnel

Generación de tráfico y leads de calidad, la optimización constante de esos registros para convertirlos en compradores y el trabajo de fidelización y prescripción de los clientes. Ellos son tu tesoro y tienen que sentirse especiales desde el momento en el que entran en contacto con tu marca y tu producto.

## El consumidor tiene que sentir el producto digitalmente, cuantos más detalles mejor

### ◀ Sal a la calle

El mundo digital es tu escaparate, pero no te olvides de lo físico. Busca pop-up stores, ferias, mercadillos... cuya imagen encaje con tu producto y lánzate. Nadie mejor que tú para poder poner en valor tu producto y seguir aprendiendo.