

E-BOOK

CÓMO VENDER EN INTERNET



ÍNDICE

5 **Introducción**

7 **¿Qué significa vender por internet?**

9 **Empezar un negocio en internet no es difícil**

11 **¿Ya tienes un producto? Elige uno...**

- Ropa
- Artículos para celulares
- Manualidades

14 **Fases de vender en internet**

- Identifica el público
- Crea contenido creativo
- Crea una estrategia

18 **Puntos claves para vender más**

- Fotografía del producto
- Atención al cliente



22

¿Cómo atraer tráfico a mi web?

- Redes sociales
- Facebook Ads
- Posicionamiento SEO
- Haz email marketing

25

Crea una tienda online

- Tiendanube
- Shopify
- Woocommerce

28

Factores importantes antes de tener una tienda online

- La logística
- Política de proveedores
- Política de devoluciones
- Empaque
- Comunicación
- Métodos de pago
- ¿Puedo vender sin una tienda online?

35

Conclusión



Introducción

1



Introducción

Quizá pienses que vender por internet es solamente eso, colocar tus productos en una página web o en una plataforma y dejar que la magia de la venta ocurra. Y en parte, lo es, pero vender en internet significa e involucra mucho más que eso.

En primera instancia, nos gustaría que conocieras la historia detrás del eCommerce. Por ejemplo, ¿sabías que antes de que se inventaran las computadoras la manera más parecida a vender por internet era mediante catálogos?

¡Justo como lo leíste! Hace tiempo, por allá de los años 20's o 30's en Estados Unidos se popularizó la venta por catálogos. Esto les permitía a los consumidores comprar mucho más sin tener que salir de su hogar.

A partir de ahí, el mercado se dio cuenta de que al consumidor le agradaba comprar sin tener que ir a una tienda física. Lo que a su vez le ahorraba el tener que cargar con sus compras hasta su casa.

Conforme el tiempo y la tecnología avanzaron, esas ventas por catálogo se transformaron en ventas por teléfono. De ahí pasaron a ser ventas por televisión y por último, ventas por internet.

Ahora que te has enterado de los orígenes de la venta online, ¿te gustaría saber cómo vender por internet?

En este ebook te mostramos todo lo que tienes que saber para convertirte en un profesional de las ventas online. Además, te brindamos uno que otro consejo para la logística de tu tienda **¡Acompáñanos!**



¿Qué significa vender por internet?

2



¿Qué significa vender por internet?

Hoy en día, vender por internet significa conectar con más personas y crear una comunidad con personas en todo el mundo. Además, brinda al emprendedor la oportunidad de aumentar sus ventas y promocionar su negocio.

Para muchos, vender por internet significa tener una fuente de ingresos extra. Para otros tantos puede significar el poder abrir el negocio de sus sueños sin tener que abandonar su hogar.

¿Para ti qué significa vender por internet?

Sin duda vender en internet te puede traer ciertos beneficios. Sea comodidad o incluso renombre.

A continuación te mostramos algunos de los beneficios más comunes:

- Reducción de costos
- Generación de publicidad creativa y llamativa
- Seguridad tanto para el comprador como para el vendedor
- Mayor alcance para el negocio
- Posibilidad de enviar a todo el mundo
- Rapidez al completar las órdenes y los pedidos
- Rentabilidad
- Facilidad para vender
- Disponibilidad de la tienda 24/7
- Gestión sencilla y rápida
- Capacidad de personalizar la tienda y las redes sociales
- Interacción con los clientes
- Innovación para el negocio



**Empezar un negocio
en internet no es difícil**

3



Empezar un negocio en internet no es difícil

Sabemos que iniciar un proyecto puede ser aterrador. Hay demasiada información, muchos consejos e infinidad de competencia. Pero, ¿quieres leer un secreto? Decidirse a comenzar es el paso más difícil.

Sí, quizá te tome tiempo llegar hasta donde quieres, pero no es imposible. Como en todo habrá altas y bajas, sin embargo, depende de ti lograr los objetivos que te plantees. Ahora, ¿empezar un negocio en internet es fácil?

Sí y no. Sí es sencillo empezar, pero habrá procesos que te tomarán un poco más de tiempo. La clave está en planificar todo de antemano. Al hacer esto puedes ir cumpliendo objetivos uno por uno en lugar de lanzarte y encontrarte un mar de posibilidades y dudas.

Ahora que ya lo sabes, ¿quieres aventurarte?



**¿Ya tienes un
producto? Elige uno...**

4



¿Ya tienes un producto? Elige uno...

Antes de empezar a vender debes de contar con un producto. Este puede ser de temporada, ajustarse a tus gustos e inclusive puedes escoger algo que siempre quisiste vender.

No olvides partir de preguntas clave como: ¿Qué quiero vender? ¿Por qué quiero venderlo? ¿A quién quiero venderle? Esto te permitirá tener un enfoque más centralizado con respecto al producto que elijas.

Si no sabes de dónde comenzar y las preguntas no te ayudan, aquí te brindamos algunas opciones que puedes considerar para tu tienda online.

Ropa

La ropa es algo que siempre se necesita, y por ende, se compra. Por esto, es una excelente opción de producto para iniciar tu emprendimiento. En esta categoría puedes jugar con las diferentes opciones que hay. Por ejemplo, optar por ropa de temporada, de cierta tela o tipo.

En este apartado hay que mencionar también la posibilidad de armar tu propio bazar online. Este consiste en la venta de productos usados. Eso sí, si optas por esta estrategia debes inspeccionar cada uno de los productos antes de ponerlos en venta.

Artículos para celulares

Seamos sinceros, en pleno siglo XXI contar con un celular se ha convertido en una prioridad. En primer lugar, porque nos ayudan a mantenernos en contacto con familiares y amigos. Y en segundo lugar, porque en una realidad globalizada como la nuestra, necesitamos contar con un aparato que nos mantenga al tanto de lo que sucede en el mundo.

Es por eso que nuestra segunda opción para tus ventas son artículos para celulares. Este tipo de negocio no requiere una inversión amplia y es redituable por lo que puede ser la opción perfecta para ti.



Aquí puedes vender diversos productos como lo son:

- Carcasas para celulares
- Altavoces
- Fundas protectoras para sumergir en el agua
- Lentes de cámara
- Cables y adaptadores para celular
- Micas para pantalla
- Anillos sujetadores
- Soportes
- Cargadores
- Stickers
- Tarjeteros adheribles
- Etc.

Ten en cuenta que actualmente se ha puesto de moda vender carcasas personalizadas. Estas tienden a ser transparentes con alguna imagen pintada a mano a gusto del cliente ¡Y se ven increíbles! Por lo que si quieres considerar añadirles a tus ventas, estas incrementarían.

Manualidades

Las manualidades han ido ganando terreno en el sector del eCommerce últimamente. Ya sea por su carácter creativo o por los innovadores diseños que suele haber disponibles. Es por eso que esta es una excelente opción para ti. Dentro del ámbito de las manualidades puedes vender piezas como:

- Tejidos
- Joyería
- Ropa
- Frazadas
- Cuadros pintados a mano
- Etc.



Fases de vender en internet

5



Fases de vender en internet

Como todo, vender en internet también cuenta con ciertas fases que debes llevar a cabo. Ten en cuenta que al realizarlas de manera exitosa podrás vender y ganar popularidad con mayor facilidad.

Identifica el público

El primer paso para comenzar a vender en internet es identificar el público objetivo. Es decir, las personas a las que está dirigido tu producto o servicio.

Para definirlo puedes seguir estos pasos:

- 1. Establece un mercado objetivo.** A su vez este puede ser segmentado en criterios como sociodemográficos, socioeconómicos, psicográficos.
- 2. Investiga a tu audiencia.** Mantente al pendiente de las características que la definen tanto sus intereses como la intención de compra. Para esto puedes hacerte las siguientes preguntas: ¿Qué les gusta hacer? ¿Qué otros intereses tienen? ¿Qué filtros utiliza al buscar en tu tienda? ¿Qué le llama más la atención?
- 3. Analiza las redes sociales.** Al hacerlo puedes obtener una visión más amplia con respecto a lo que les gusta y prefieren tus clientes potenciales.
- 4. Estudia la competencia.** Estudiar la competencia puede ayudarte a definir tu público objetivo. Además, al hacerlo puedes idear estrategias que te ayuden a posicionar tu negocio.
- 5. Indaga en caso de requerir una segmentación más específica.** En este punto puedes emplear herramientas de investigación como encuestas, gráficos y grupos focales. Es importante que aquí añadas más variables cualitativas en caso de requerir.

Crea contenido creativo

La creatividad es la capacidad que tenemos de crear cosas. Esta puede ser aplicada para procesos tecnológicos, obras de arte o contenido para un negocio. Es aquí donde entra tu imaginación y libertad creativa.

Para llegar a más personas es esencial que generes contenido creativo. Este debe ser capaz de atraer personas y mantenerlas enganchadas a tu negocio. A continuación encontrarás algunos consejos para crear el contenido más irresistible de todos:



No olvides tu público objetivo

Dependiendo de quién sea tu público es el tipo de contenido que debes crear. Por ejemplo, cuando se trate de clientes nuevos los contenidos serán relacionados al awareness. Es decir, publicaciones en blog, redes sociales y landing pages.

En este primer tipo de cliente lo que se busca es ofrecer contenido para que vayan conociendo tu negocio. Inclusive puedes optar por ofrecer webinars o Ebooks con tu área de expertise.

Por otro lado, tenemos los clientes que ya compran en tu negocio, es decir, los actuales. Con ellos la estrategia de contenido va orientada a la retención que puede hacerse por medio de descuentos, promociones, email marketing y concursos.

Investiga y estudia

En este paso es importante hacer lluvia de ideas, revisar en qué trabaja la competencia y estudiar lo que ya aplicaste para saber si puedes reutilizarlo. En este punto es fundamental que anotes toda idea que se te ocurra. Quizá no las uses todas, pero en un futuro te podrían ser de utilidad.

Libera tu creatividad

En primera instancia, nos gustaría mencionar que todo puede ayudarte a liberar tu creatividad. Ya sea un panorámico en plena avenida, la escenografía de un video musical, un cuadro, etc. Puedes inspirarte de cualquier cosa para crear tu contenido. Eso sí, toma en cuenta los siguientes puntos:

- Inspírate en tus clientes
- No te limites con las ideas
- No sigas un formato de contenido fijo
- Sal de la rutina, crea cosas nuevas
- Agrégale al contenido el sello característico de tu negocio

Crea una estrategia

Una estrategia exitosa puede beneficiar a tu negocio pues ayuda a que se posicione y venda más. Para lograrla, tienes que evaluar las necesidades y la situación particular por la que pasa tu negocio.



Es decir, que para crearla es imperativo que identifiques dichas situaciones. A continuación te mostramos 6 pasos para que lo logres:

1. Evalúa la situación
2. Define el perfil de tu buyer persona
3. Plantea objetivos realistas
4. Cuenta con un blog empresarial
5. Automatiza procesos
6. Analiza tus resultados
7. Corrige los errores

Ten en cuenta que estos pasos pueden ser de utilidad para tu negocio o no serlo. Todo depende de la situación en la que te encuentres y las necesidades que deben ser resueltas.



Puntos claves para vender más

6



Puntos claves para vender más

Si ya cuentas con tu tienda online es probable que quieras generar más ventas. Aquí te mostramos los 2 puntos clave para vender más y que tu negocio se convierta en la referencia de muchos más.

Fotografía del producto

Cuando estamos buscando algún producto en específico es normal que nos atraigan más aquellos que muestran una excelente presentación, ¿no? El secreto detrás de esto es la fotografía de producto que permite resaltar las características del producto que se va a vender y que además ayuda a ilustrar el sitio web o página en el que se encuentra.

Nos gustaría hacer hincapié en que este método para promocionar un producto se enfoca en la búsqueda de la comunicación visual y, tendríamos que añadir, ese es uno de sus factores más importantes y característicos.

Dado que estos son contenidos especiales que cuentan con multitud de retos, es primordial ser cuidadosos con la manera en la que se toman y lo que se expone en dicha fotografía. Así, podemos nombrar algunos de los objetivos que la fotografía de producto persigue:

- Despertar e incitar el interés del cliente sobre un producto
- Ofrecer la mayor cantidad posible de información sobre el producto
- Promover la compra
- Hacer que la marca se distinga de la competencia
- Representar de manera atractiva el producto que se va a vender
- Ilustrar cómo funciona o cómo se ve el producto}

De la misma manera, te brindamos algunos consejos para que realices tus fotografías de producto:

- **Tu producto debe estar en perfectas condiciones.** Esto permitirá que se vea atractivo. Te recomendamos que no presente rayones, huellas ni cualquier tipo de polvo o suciedad.
- **Para visualizar tus imágenes fácilmente, puedes conectar tu cámara o teléfono al ordenador.** Así podrás ir decidiendo si te gusta cómo va quedando o si debes ajustar algo.



- **No dejes de practicar.** Sabemos que una buena fotografía de producto no saldrá excelente a la primera, pero no por eso debes de rendirte. Continúa practicando hasta que te encuentres feliz con el resultado y que tus clientes incrementen.
- **Procura no salir en la imagen.** No importa si eres el creador del producto o de la fotografía, es mejor que guardes cierto espacio con relación al objeto. Puedes "acercarte" con ayuda de un teleobjetivo o cambiando la perspectiva de la fotografía.
- **Cuenta una historia.** Puedes partir directamente de la pregunta: ¿Qué es lo que quiero comunicar y hacer sentir con mi producto? De esta manera te será más sencillo elegir los elementos dentro de la fotografía de producto y la iluminación de la misma.
- **Define el punto de vista.** Es decir, desde qué lado quieres que se luzca tu producto o si es que vas a querer mostrar una previsualización de todos los ángulos posibles.
- **Si estás utilizando la cámara de tu teléfono, no utilices la cámara frontal.** Usualmente, la cámara con la que tomamos las selfies tiene una menor resolución, así que no te recomendamos usarla para las fotografías de tus productos.
- **Utiliza un tripié.** Este te permitirá tomar fotografías estáticas y claras.
- **Toma fotografías prueba.** Esto te ayudará a saber si tu fotografía luce bien o si hay que hacer cambios.

Atención al cliente

El segundo punto clave para vender más es la atención al cliente. Y quizá la respuesta suene obvia, pero tienes que tener en cuenta la importancia de este servicio.

Al brindar una buena experiencia de servicio al cliente tu negocio puede contar con referencias de toda aquella persona que se haya sentido satisfecha. Esto puede hacer que sus conocidos, familiares y amigos se interesen en tus productos o servicios, lo que te ayuda a aumentar tus ventas.

Ahora bien, con el incremento de tecnologías contar con un buen servicio al cliente se ha hecho más sencillo.

Actualmente, contamos con opciones como: correo electrónico, chatbots, encuestas en línea, redes sociales y teléfonos. Todos estos ayudan a que el cliente



tenga una buena experiencia durante todos los procesos de la compra: antes de hacerla, durante la transacción y después de la misma.

Asimismo, te mostramos algunos consejos que te ayudarán a mejorar la atención al cliente:

- Envía a tus clientes encuestas post-compra donde califiquen el servicio y la experiencia.
- Capacita regularmente a los empleados para pulir sus habilidades con la atención.
- Realiza una encuesta de satisfacción de los empleados para escuchar lo que quieren decir de manera anónima.



¿Cómo atraer tráfico a mi web?

7



¿Cómo atraer tráfico a mi web?

Supongamos que ya tienes tu tienda online, luce increíble y tus productos se ven de maravilla porque seguiste nuestros consejos de fotografía de producto. Sin embargo, las visitas al sitio no han ido en aumento como tú esperabas.

No tienes por qué preocuparte, aquí te mostramos cómo atraer tráfico a tu web de manera sencilla.

Redes sociales

Las redes sociales se han vuelto poderosas fuentes de tráfico para sitios web por una razón: los usuarios pasan mucho tiempo conectados en ellas, navegando por horas e incluso usándolas como buscadores.

Al tipo de tráfico que proviene de estas se le denomina "social" pues se tratan de los canales con mayor poder de engagement y viralidad. Este tipo de tráfico puede ser tanto pagado u orgánico.

Para aumentarlo puedes optar por seguir las siguientes recomendaciones:

- Usa imágenes atractivas
- Crea contenido adecuado
- Opta por calidad no cantidad
- Revisa las tendencias

No olvides que si un usuario te sigue en redes sociales significa que está interesado en los productos o servicios que ofreces.

Facebook Ads

La aplicación Facebook tiene una opción que te permite crear anuncios para enviar a las personas a un sitio web específico y aumentar el engagement a través de la aplicación. Aquí puedes promocionar la página de tu negocio en Facebook, sitio, aplicación o evento.

Posicionamiento SEO

El posicionamiento SEO es el conjunto de técnicas que permiten optimizar la visibilidad de tu sitio web. Esta es una de las estrategias de marketing digital más



importantes, ya que incrementa el número de visitas orgánicas.

Algunos de los pilares más importantes del SEO son:

- **El contenido.** Este es el pilar sobre el que se asienta el SEO, es por eso que debe ser relevante, útil e interesante para el usuario.
- **La experiencia del usuario.** Si esta es buena, puede que el usuario se anime a dejar un comentario o que comparta en sus redes sociales el contenido, lo que ayuda a la relevancia del sitio ante Google.
- **El rendimiento del sitio web.** Si es óptimo la experiencia del usuario puede aumentar. Asimismo, es importante tomar en cuenta la velocidad de carga pues los usuarios esperan cierta velocidad en la página.

Haz email marketing

El email marketing es un aspecto que de seguro quieres agregar a tus estrategias para aumentar el tráfico en tu sitio web y te diremos por qué. Con los emails puedes hacer confirmaciones de pedidos o crear una newsletter. Además, te ayuda a crear lazos significativos y una comunicación más cercana con tus clientes.



Crea una tienda online

8



Crea una tienda online

Si ya te decidiste y quieres crear tu tienda online ¡No te martirices con las múltiples opciones que hay en internet! Aquí te mostramos las tres mejores opciones de plataformas para crear una tienda online.

Tiendanube

Tiendanube es la plataforma de comercio electrónico líder en Latinoamérica. Es un punto de gestión que va más allá de una tienda en línea, ya que integra productos, pagos y envíos con diferentes canales de ventas como Facebook, Instagram, marketplaces y tiendas físicas. Todo esto, con el acompañamiento de un excelente equipo de atención al cliente.

Tiendanube permite crear un diseño único para cada tienda e instalar aplicaciones y desarrollos hechos a medida. Además, ofrece un plan único y sin comisiones con todo lo necesario para vender por internet; lo que la convierte en una buena opción para negocios pequeños, medianos y grandes por igual.

Shopify

Shopify es una plataforma de uso simple e intuitivo que permite crear en pocos pasos una tienda online. Con ella se pueden organizar los productos, personalizar el diseño y aceptar diferentes medios de pago.

Shopify cuenta con más de 100 plantillas para que el usuario escoja. Estas se encuentran ordenadas por sectores de negocio y se dividen en gratuitas o de pago. Además, podrás aceptar y gestionar pedidos en cuestión de segundos. Aunado a esto, presenta un sistema de impuestos automáticos y productos ilimitados.

Woocommerce

WooCommerce no es una plataforma de eCommerce independiente. Es un plug-in que se ejecuta en WordPress, el sistema de gestión de contenido (CMS) más popular del mundo.



Con WooCommerce puedes manejar todos los aspectos básicos de una tienda en línea, desde publicar elementos para la venta hasta procesar pagos. Además, puedes aumentar la funcionalidad del plug-in mediante extensiones especializadas, de las cuales hay cientos disponibles. Por ejemplo, hay opciones para integrar casi todos los procesadores de pago disponibles y otros tipos de plataformas.



Factores importantes antes de tener una tienda online

9



Factores importantes antes de tener una tienda online

Hay factores que se deben tomar en cuenta antes de crear una tienda online. Estos se relacionan a la relevancia del negocio, la conversión que tiene el mismo y la fidelización de los clientes. A continuación puedes encontrar los factores más importantes que debes tener en cuenta antes de tener una tienda online.

La logística

Cuando hablamos de tiendas online hay un factor que no podemos omitir por más que se quiera: la logística. Aquí entran los conceptos: administración de almacenes, click & collect, logística inversa, etc.

Recuerda que para los eCommerce es fundamental surtir las órdenes de sus clientes en tiempo y forma. Es por esto que optimizar la logística de tu eCommerce es importante. Ahora, dentro de las ventajas de optimizar la logística se encuentran:

- Optimizarla puede hacer la diferencia entre pérdidas y ganancias dentro del negocio
- Te permite ofrecer envíos rápidos, flexibles y precisos
- Dependiendo del aliado logístico, puedes ofrecer seguimiento de tus envíos

En este factor te recomendamos contar con el aliado logístico adecuado para ti, como Skydropx.

Skydropx es una plataforma que te permite eficientizar tu logística, ahorrar tiempo y dinero. En ella, podrás disfrutar de múltiples ventajas como:

- Crear multi órdenes
- Escoger las mejores opciones de paquetería para tus envíos
- Generar la recolección de tus paquetes
- Tener tu propia página de rastreo personalizada
- Enviar notificaciones personalizadas sobre el status de envío a tus clientes
- En caso de que tengas convenios directos con paqueterías, puedes conectar tus cuentas en plataforma, es decir, puedes disfrutar de todas las funcionalidades de Skydropx y enviar con tus tarifas negociadas
- Recibir atención al cliente directa a través de la plataforma

Asimismo, te mostramos algunos consejos para gestionar tus envíos en Skydropx.



Recuerda tomarlos en cuenta al momento de generar tus guías y antes de comenzar a enviar.

- Revisa que los datos ingresados en las etiquetas de origen y destino sean correctos
- Asegura tus envíos
- En temporada de alta demanda agrega 2 días de tránsito adicionales para evitar demoras en tiempos de entrega
- En caso de incidencias, reporta el siniestro a través de la plataforma en un plazo de 24 a 48 horas
- Envía notificaciones automáticas sobre el status del paquete a través de correo electrónico, WhatsApp o SMS
- Ofrece una buena experiencia post-compra con tu página de rastreo personalizada
- Protege tus envíos con los materiales de embalaje adecuados

Política de proveedores

Estas son aquellas que se establecen con respecto a los proveedores del negocio, a sus productos y servicios. Es decir, todo lo que la tienda online le pide a sus proveedores. Sus propósitos principales son: establecer un compromiso mutuo, fomentar el cumplimiento de los criterios básicos así como difundir el compromiso entre la empresa y los proveedores.

Política de devoluciones

Las políticas de devoluciones son las normas establecidas por una empresa para la devolución de productos. Esta se puede concretar dando a cambio dinero o un bono para otra compra. Usualmente, se llevan a cabo debido a alguna incongruencia, alteración o daño del producto. Y su finalidad es aclarar cómo y cuándo se pueden llevar a cabo.

Por esta razón te recomendamos crearlas e implementarlas antes de crear tu tienda online. Toma en cuenta los siguientes consejos al momento de crearlas:

- Sé directo
- Revisa la ortografía
- Piensa como el cliente
- No mientas



- Considera diferentes razones por las cuales se puede o no hacer la devolución
- Realiza una política con lenguaje claro y conciso
- Específica todos los límites

Empaque

Uno de los aspectos más importantes en un envío es su empaque y embalaje. Este es el que interactúa con el usuario final, protege el producto y proporciona información tanto al cliente como a la paquetería encargada de su distribución. A continuación te mostramos los tipos de embalaje que existen.

- **Embalaje primario.** Es lo que protege en primera instancia el contenido de tu envío. La mayoría de las veces solo es necesario este embalaje porque depende de la fragilidad de tu producto. Procura que el diseño de tu embalaje vaya de acuerdo a los lineamientos de tu marca y sea lo más vistoso posible, ya que la experiencia del unboxing genera expectativa y buenas críticas.
- **Embalaje secundario.** Es el que se utiliza al momento de transportar tu mercancía con la finalidad de agilizar la maniobra en el transcurso del envío y te proporciona una seguridad extra en la protección de tu embalaje primario.
- **Embalaje terciario.** Un embalaje terciario se emplea cuando se trasladan grandes cantidades de artículos, además se consideran como “unidades de distribución” y no como “unidad unitaria”. El propósito de este embalaje es el prevenir incidentes mayores cuando se conduce de un punto A hacia el punto B.

Aunado a esto, existen diversos materiales que puedes utilizar a la hora de embalar para reducir las incidencias en su traslado, a continuación te presentamos los que brindan mayor seguridad:

- **Cacahuete relleno:** Son indispensables para amortiguar y hacer presión dentro de la caja al no dejar un espacio “libre” y protege los artículos más frágiles.
- **Sobres:** Se utilizan para enviar documentos y tiene una capacidad de hasta 600 hojas de tamaño carta y, en algunos casos son resistentes al agua.
- **Cajas de cartón:** Es el embalaje principal y el más usado para mandar el producto a tránsito, existen diversos tamaños de acuerdo a la medida del artículo y soportan grandes cantidades de peso.



- **Papel burbuja:** Es empleado como una capa protectora, ya que envuelve tu producto, es resistente a los golpes y al agua y también es un material flexible, por el hecho de que se amolda al artículo.
- **Cajas para envíos internacionales:** ¿Recuerdas el embalaje terciario? Las cajas para envíos internacionales son un buen ejemplo sobre este tipo de embalaje porque tienen un tamaño más grande que las regulares, mayor capacidad y soporte.

Recuerda que el diseño del empaque también juega un rol importante en la venta y compra de productos, por lo que te recomendamos considerarlo para tu tienda online.

Este es muy importante, ya que da a conocer la responsabilidad y compromiso que tiene la empresa con el consumidor. Es por esto que es considerado una herramienta de marketing para fidelizar a los clientes y futuros consumidores.

Aquí te mostramos algunos consejos para el diseño de los empaques de tu tienda online e ideas de embalaje ecológico.

- El embalaje tiene que ser resistente y de calidad, ya que si el embalaje se entrega con algún daño tus clientes comenzarán a quejarse y el volumen de compras en tu tienda disminuirá
- Protege tu producto con un embalaje de seguridad
- Procura transmitir los valores de tu marca a través del diseño de tu empaque, esto se puede hacer por ejemplo con el logotipo de tu tienda en las cajas.
- Utiliza los colores de la imagen de la empresa a través de la psicología de los colores
- El diseño del embalaje debe hacer sentir especial y único a tu consumidor
- Utiliza promociones de descuentos en la próxima compra de tus consumidores o en productos relacionados con su compra
- Personaliza la comunicación con tus clientes a través de mensajes personalizados agradeciéndoles por su compra
- Si te es posible, utiliza empaques ecológicos

Ideas de embalaje ecológico

- Puedes utilizar relleno de almidón vegetal que se disuelve con agua, además te librarás de la electricidad estática, proporcionando protección y



- acolchamiento a productos frágiles
- Utiliza la protección interna de porex con adhesivo, esta consiste en un cubo de porex impregnado de material adhesivo en una de sus caras y está diseñado para el transporte de productos frágiles como material eléctrico o cristales
 - Opta por bolsas de aire, estas son bobinas de plástico con pequeñas cámaras llenas de aire, que amortiguan los golpes, rellenan los huecos presentes en el embalaje, son adaptables, ligeras y transparentes lo que permite ver el producto en todo momento

Comunicación

La comunicación es clave en todo negocio. Es por eso que uno de los factores importantes antes de crear tu tienda online es mantener una excelente comunicación tanto interna como externa con los proveedores, paqueterías e intermediarios que estén involucrados en el negocio.

Al tenerla puedes estar seguro de que los procesos se llevarán a cabo de manera más fluida y se resolverán las dudas rápidamente.

Métodos de pago

Existen diversos métodos de pago por internet, cada uno de ellos con sus ventajas y desventajas. No obstante, aquí te mostramos los más usados.

Paypal

Paypal es una plataforma de fácil integración que es de los métodos más utilizados, sobre todo por los usuarios que compran con frecuencia. Es segura, versátil, cómoda para transacciones digitales y para la gestión de devoluciones.

Tarjeta bancaria

Es una de las maneras más sencillas para comprar esporádicamente. Además, su integración con las tiendas es relativamente sencilla. Esta opción es razonable en cuanto a costos, seguridad al momento de realizar la transacción y la facilidad de integración.



Transferencias bancarias

Estos son envíos de dinero realizados desde una cuenta bancaria a otra. Esta opción suele contar con un tiempo de transferencia máximo de uno a dos días hábiles.

¿Puedo vender sin una tienda online?

La respuesta corta es: sí se puede.

Para esto puedes comenzar vendiendo tus productos en un marketplace que te permita tener un espacio dedicado para ti o aprovechar el uso de redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram) con el mismo fin. De igual manera, puedes aprovechar el crowdfunding y las estrategias de email marketing.

Pese a que sea más fácil y rápido vender de esta manera, ya que el marketplace se ocupa de todo el proceso de compra que involucra los pagos, productos y el mostrador con tus productos, hay diversas razones por la que te recomendamos crear tu propia tienda online.

Al contar con tu propia tienda online podrás:

- Contar con tu propio sitio web
- Tener todas las ganancias para ti sin necesidad de descuentos por comisiones
- Influir en el aspecto de tu tienda
- Tener control sobre el proceso de ventas
- Acceder a datos de tus ventas

Recuerda que los marketplaces son una buena opción para comenzar a vender. No obstante, y conforme crezcas, puedes optar por invertir en algo propio. Ten en cuenta que al hacerlo tu potencial y tráfico serán mucho mayores.



Conclusión

10



Conclusión

Nadie dijo que emprender era sencillo. Toma tiempo, valor, inspiración y ganas de comerte el mundo. No obstante, paso a paso puedes lograr todo objetivo que te propongas. En este caso, vender en internet.

Esperamos que este Ebook haya sido de ayuda para que conozcas cómo vender por internet, lo intentes o aprendas más sobre tu tienda online y lo que puedes lograr con ella.

Recuerda tomar en cuenta todos estos consejos pues están pensados para que tu negocio brille y se convierta justamente en lo que tú quieras. Además, no olvides siempre brindar una experiencia de compra completa y de calidad.

Vender por internet es un reto, pero trae consigo excelentes oportunidades tanto para tus estrategias de marketing como para tus estrategias de ventas. Además, estamos seguros de que podrás crecer y expandir tu negocio con rapidez. Así que ¿ya quieres enfrentarte a esta oportunidad?

"Para la mayoría de las cosas importantes, el tiempo siempre es un problema ¿Esperas un buen momento para renunciar a tu trabajo? Las estrellas nunca se alinearán y los semáforos nunca se pondrán en verde al mismo tiempo. El universo no conspira en tu contra, pero tampoco se sale de su camino para acomodar las cosas. Las condiciones nunca son perfectas. "Algún día" es una enfermedad que llevará tus sueños a la tumba. Las listas de pros y contras son igual de malas. Si es importante para ti y quieres hacerlo "eventualmente", sólo hazlo y corrige el curso sobre la marcha" - Timothy Ferris, autor de La semana de cuatro horas.