

5 errores que hacen que un negocio online no despegue según la coach Marielys Ávila

Montar un negocio online, emprender, no es una tarea sencilla y a veces pequeños errores traen grandes fracasos. La coach experta en marketing Marielys Ávila los explica

Para emprender un negocio hace falta constancia, trabajo y tesón, pero a veces solo eso no basta. "Hay que evitar cometer errores que suelen ser muy típicos", tal y como lo explica a continuación la coach en marketing espiritual, Marielys Ávila.

"Constantemente oigo en mi comunidad y a las que ahora se han hecho mis clientas que les cuesta mucho vender, que sus negocios no son tan rentables como ellas se esperaban", explica. "Lo primero que debemos reconocer y aceptar es la realidad: Si no vendemos en nuestros negocios habrá que analizar qué no estamos haciendo bien, ser conscientes de nuestra propia responsabilidad frente a ese fallo", sostiene.

"Cuando ya hemos asumido la responsabilidad sin culpas y con una actitud proactiva hay que tomar cartas en el asunto y comenzar a evaluar qué está ocurriendo, qué está mal para inmediatamente mejorarlo", analiza. "Yo soy muy fan de las métricas y pienso que absolutamente todo en tu negocio debe medirse porque lo que no se mide no se puede mejorar", razona.

Cinco razones que impiden el arranque de un negocio online

Pensar que un negocio puede comenzar a hacerse sin ningún tipo de información, sin formación alguna, sin estrategias, sin objetivos y solo por impulso porque quién emprende tiene una pasión.

"Vivir de la pasión es posible, pero hay que entender que los negocios son negocios, no son un hobby. Necesitan tener una misión, visión, valores muy claros para que, con esa información se pueda aterrizar dicha pasión creando un negocio que facture. Una vez que nacen hay que cuidarlos porque dependen 100% de su gestor, hay que invertir tiempo, energía y dinero igual que en un hijo y no se puede esperar que puedan caminar si no saben gatear. Tener la responsabilidad por el negocio que se tiene como se haría con un hijo. Un negocio no es un juego", sostiene la experta.

No tener dinero para invertir y hacerlo crecer

"Este es el segundo error más cometido. Comenzar un negocio online, pensando que no se necesita dinero y la realidad es muy distinta, pues se necesita para crear una página web, una imagen corporativa que incluye un logo de identidad visual. Si no se tiene dinero para invertir, el negocio cojeará es su imagen visual que es extremadamente importante. La web es la casa de uno, si se tiene un negocio físico éste debe dar buena imagen. Pues con las webs pasa exactamente lo mismo" asevera la coach.

Por otro lado, "es muy importante también cuidar los perfiles en las redes sociales: Una página de fans en Facebook o un perfil en Instagram no convierte a una persona emprendedora online". "Yo soy muy sincera en las cosas que les digo a mis alumnas: si no puedes esperar seis meses sin que el negocio dé beneficios, es decir, si no tienes un colchón detrás, se hará muy difícil sobrevivir", explica la coach. "Los negocios necesitan una inversión de tiempo, energía y dinero, si no se tiene ese dinero va a costar más energía y va a durar más tiempo, la inversión en el dinero compra rapidez. La web es la casa de uno, si se tiene un negocio físico éste tiene un local de la misma manera que uno online tiene una web de calidad y con buen posicionamiento", explica Ávila.

No segmentar

"Crear que se le puede vender a todo el mundo tu producto es un clásico error de los comienzos en el emprendimiento online", asegura Ávila. "No hay nada más irreal que eso -explica. Dicen los americanos que si le quieres vender a todos no vas a vender a nadie" -sostiene la experta. "La segmentación es una de las claves para que un negocio funcione y se pueda vender" - sostiene la profesional del marketing.

"Tener grupos de 20.000 personas en Facebook que lo quieren todo gratis no aporta nada al negocio, hay que saber quién es el cliente potencial que sí comprará el servicio o producto que uno vende. Hay que saber segmentar el pitch de ventas, reconocer al cliente ideal, saber dónde está, quién es, qué piensa, qué profesión tiene, cuánto dinero gana dónde está. Si no se saben esos datos no se puede hacer una buena estrategia en los contenidos de la web y, por lo tanto, las ventas se resentirán", advierte Ávila.

"A mayor segmentación, más venta porque llegará directamente el cliente que se identifique con tu marca", asegura Marielys.

Emprender sin estrategia

"Todos los negocios que venden cientos y miles de euros mensualmente tienen una estrategia. Esto y un plan de acción es fundamental para hacer que un negocio esté bien engrasado". "Lo primero que aconsejo a mis clientas es que segmenten a su cliente ideal, que se hagan la pregunta: ¿qué tipo de persona necesita lo que yo vendo? Crear una excelente propuesta de valor, así como una alternativa diferenciadora es clave para triunfar. Atreverse a marcar la diferencia. A mayor estrategia, mayores ingresos", concreta la coach.

No tener una comunidad

"Las ventas se basan en la confianza, gente que no te conoce no te compra, tan simple como que tú no le compras nada ni te gastas más de 50 euros en nadie que no conoces, por lo tanto, esperar que otro lo haga es inocente. Vender directamente a tráfico frío no es una buena estrategia, sin embargo ofrecer un contenido de valor previamente de forma gratuita es una buena estrategia para generar confianza en el futuro cliente" explica. "Por ejemplo yo en mi web ofrezco hasta más de 20 recursos gratis como entrenamiento que aportan un valor a mi trabajo, que me sirven para darme a conocer a los que nunca me han comprado nada", explica.

Datos de contacto:

Agencia de comunicación MAD&COR
www.madandcor.com
675943952

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Telecomunicaciones](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [E-Commerce](#) [Consumo](#) [Consultoría](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>