

¿Qué suele esperar el usuario al entrar en una tienda online?

Es posible abrir una tienda online, aunque no se tengan conocimientos. La respuesta está en la formación y es por eso que la @UPTA junto con @Fundae_es han elaborado una serie de cursos gratuitos destinados a la formación de trabajadores y autónomos

Cada vez es más necesario tener una página web, incluso aunque se tenga una tienda física. La explicación más rápida es que hoy todo, o casi todo, pasa en Internet. Y lo más importante: pasa aunque no se quiera o no se controle. Por lo tanto, todo aquello que se pueda hacer para reforzar o facilitar el comportamiento de los clientes respecto a una tienda siempre va a repercutir en los resultados de un negocio.

¿Cómo usa el consumidor Internet?

En España, más de 32 millones de personas declaran usar Internet de manera habitual, según los datos del estudio “Perfil sociodemográfico de los internautas” de red.es y que recoge información obtenida por el INE en 2019. Lo que supone el 91,6% de la población de 16 a 74 años. Entre los usos de Internet, un 72% declara que realiza compras online.

Tener una tienda online es una tentación para muchos comercios que venden al público. Es una decisión importante, puesto que gestionar una tienda web no es tan sencillo como volcar un catálogo y ofrecerlo a los clientes digitales. Tener una tienda online puede llevar tanto trabajo como una tienda física, dependiendo del sector en el que se encuentre.

Estar en Internet no sólo es importante para vender a través de este medio, sino que puede hacer aumentar las ventas de un comercio físico. En la terminología anglosajona se conoce como ROPO el proceso por el cual un usuario se informa online de algo que va a comprar offline (Research Online, Purchase Offline). Según un estudio publicado este mismo año por IAB, el 19% de los compradores que van a las tiendas previamente se han informado por Internet. La forma en la que se informan depende de las características del producto a comprar. Si son productos de consumo, muy populares, los comparadores de precio son la opción más habitual. En cambio, para productos más técnicos o que requieran una información más detallada lo normal es acudir a blogs especializados o a las propias marcas.

¿Qué objetivos puede tener la página web de una tienda?

- Información básica de una tienda física. Algo tan sencillo como un horario actualizado y un teléfono de contacto puede suponer la diferencia entre que alguien vaya a comprar a una tienda o a otra.

- Información sobre los productos a la venta. No siempre cuando se busca información sobre los productos es porque se van a comprar. Aunque no se tenga una página de venta, tener información de la tipología de productos que se venden, sus materiales o características, hace que los clientes tengan en consideración el lugar que consultan para ese momento en que decidan hacer por fin la compra.

- Atención al cliente. No sólo se tiene que pensar en el cliente futuro. También en el cliente actual. Una página web con información de uso de los productos o la posibilidad de consultar las dudas aumenta la fidelidad y la disposición para futuras compras.

- Divertir o enseñar a los clientes. Tener una página web que enseñe cosas a los usuarios, directa o indirectamente relacionadas con los servicios, puede hacer que se sientan atraídos hacia el comercio, aún antes de comprar. La sastrería Bere Casillas saltó a la fama por sus vídeos, vistos por millones, con consejos sobre cómo combinar o cómo anudarse una corbata.

- Hablar de uno mismo. Mostrar quién trabaja en la tienda, abrir un espacio para ver cómo se trabaja “de puertas hacia adentro”. Un blog corporativo que cuente las interioridades del establecimiento... aumenta el vínculo emocional con los clientes.

Hay muchas formas de tener una tienda en Internet sin necesidad de que sea “una tienda en Internet”. Otra ventaja añadida de tener una página web cuidada y atractiva para el público es que, en el momento en que se decida tener una tienda online, ya se dispondrá de un espacio en Internet con una reputación y con visitas de público afín.

Lo mejor, es formarse hoy para tener la mejor web que una tienda pueda tener.

Datos de contacto:

Cursos Gratuitos Digitalizate

Una Campaña de la UPTA - Financiada por Fundación Estatal para la Formación en el Empleo
915398126

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

Categorías: [Marketing Emprendedores E-Commerce Cursos](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>