

Cinco claves de Nominalia para que las PYMEs saquen el mayor partido a su tienda online por Navidad

Tras el éxito de las primeras sesiones, Nominalia da continuidad a su escuela de negocios online, un proyecto de formación que empezó a mediados de 2012 y que centrará su próximo webinar en las claves para preparar las tiendas online de cara a las Navidades. El secreto está en ampliar el negocio con una tienda online completa, utilizar correctamente las palabras clave, identificar las tendencias de compra, facilitar el proceso de compra y fomentar la visibilidad de tu oferta con la ayuda de las redes so

Ya está aquí la Navidad y los negocios ya se han puesto manos a la obra para adecuar su imagen y oferta a este periodo de magia invernal. Y con un crecimiento del 19,8% en 2011, el comercio electrónico sigue los mismos pasos. En su apuesta por el pequeño y mediano empresario y bajo el paraguas de su proyecto Online Business School, Nominalia recoge en su nuevo webinar los 5 puntos clave para preparar la tienda online de cara a las Navidades y asegurarse la mejor campaña navideña.

De esta forma y tras el éxito de los primeros webinar, Nominalia da continuidad a un proyecto de formación que empezó a mediados de 2012, su escuela de negocios online. "Con esta iniciativa queremos contribuir al proceso de innovación del tejido económico español constituido en un 99% por pymes y profesionales", indica Francesco Magnano, director general de Nominalia. "Apostar por nuevas fronteras tecnológicas permite a las pequeñas empresas a obtener una ventaja competitiva y sentar las bases para crecer a largo plazo", añade. Online Business School de Nominalia cuenta con ponentes de calidad para mostrar a las empresas cómo aprovechar las oportunidades de negocio que ofrecen los nuevos medios digitales.

Los 5 puntos clave para preparar la tienda online de cara a las Navidades

1. El camino... que lleve a tu web: en Navidad, las técnicas de búsqueda de los internautas es diferente a las del resto del año. Existen una serie de palabras clave que suelen utilizarse de forma recurrente, como pueden ser "regalo Navidad", "cupón-regalos Navidad 2012", "ideas regalos Navidad", "que regalo para Navidad", "regalos Navidad empresa" o "regalos rápidos Navidad", y que, si las tienes incorporadas, pueden ayudarte a posicionar tu web. Asimismo, es aconsejable ampliar no solamente los productos, sino los contenidos relacionados con esta festividad. Si su blog se llena de textos con consejos de compra, tendencias e imágenes navideñas, mejorarán sin duda tus resultados en los buscadores. Por último, no olvides que los precios de AdWords se disparan las semanas previas a la Navidad. Nuestro

consejo: no te dejes llevar y asegura la balanza entre el gasto que realiza en esta herramienta y los beneficios que le va a reportar.

2. Oro, incienso y mirra, porque eran los más demandados: si algo ofrece la Navidad a las tiendas es la posibilidad de explotar sus productos estrella. Los usuarios desean comprar tendencias: lo más vendido, lo más cool, lo último en el mercado. Aprovéchalo. Identifica tus Top Five y destácalos como “superventas” en la página de inicio para aumentar la demanda. Y una vez que estén bien localizados utiliza un sistema de venta cruzada que muestre a tus clientes otros productos relacionados con el que acaban de seleccionar para su cesta de la compra. Muchas veces merece la pena crear una “guía de regalos”. Y, tanto para facilitarle la vida al internauta como para mejorar el posicionamiento SEO, no te olvides de etiquetarlos correctamente en grupos de búsqueda como, por ejemplo, “regalos para mamá”, “regalos divertidos” o “los más vendidos”.
3. Retira las piedras del camino a los pastorcillos: aunque, por lo general, la Navidad es época de felicidad, las semanas previas pueden llegar a ser estresantes. Si tus clientes están agobiados y en tu tienda online se encuentran el más mínimo problema, perderán la paciencia y se irán a otra web. Plantéate cuál pueden llegar a ser sus dudas y resuélvelas antes de que aparezcan. Una información completa y una descripción detallada de los productos, informes de stock, periodos de entrega, vías de pago y políticas de devolución... Asegúrate de que quede todo bien explicado y evalúa la posibilidad de tener siempre a alguien disponible para atender al cliente de forma rápida y eficiente. Después de todo, seguro que después de tanto tiempo, ya has localizado cuáles son las preguntas más frecuentes de tus usuarios, por lo que te será más fácil facilitar el proceso de compra al consumidor final.
4. Que los Reyes Magos puedan comprar sus regalos desde Oriente: a través de Smartphones, Tablets, iPad, iPhones... Actualmente existen gran cantidad de posibilidades de acceso a tu tienda, por lo que no olvides optimizarla para los dispositivos móviles. Toma nota: las compras online a través de dispositivos móviles han aumentado en Europa un 152% durante este año y España se encuentra en la tercera posición de ventas generadas a través de este tipo de dispositivos, únicamente por detrás de los países escandinavos y Benelux¹.
5. El boca a boca de la Anunciación actual: exacto. Las redes sociales. Consigue aumentar la asistencia de potenciales pastorcillos a tu portal a través de la interacción directa con ellos. Utiliza tus cuentas de Facebook, Twitter y otras redes sociales para saber qué es lo que están buscando. Inserta tus ofertas y asócialas a los botones “me gusta” o “I like” de modo que el usuario pueda compartirlo con sus amigos.

Y si aún no lo has hecho, ármate tu Belén: Si tu negocio aún no tiene página web o si tienes una idea pero no tienes conocimientos de e-commerce, no te apures, existen herramientas fáciles y sencillas de manejar, que además permiten integrar tu tienda con las plataformas de venta online más importantes, cómo eBay, para que le saques el mejor partido a tu negocio.

¿Por qué dar el salto a la venta online?

Con una facturación de 9.114 millones de euros, el e-commerce está dibujando el futuro del comercio y la forma de hacer negocios en la era tecnológica. Los españoles no sólo usan cada vez más Internet, sino que dedican más dinero al shopping online y, de esta forma, las compañías ven cómo la cesta de la compra

de sus clientes aumenta, y cómo lo hacen al mismo tiempo sus beneficios. Estos son algunos datos cruciales:

- El comercio electrónico en Internet creció un 19,8%¹ en España en 2011 y la tendencia se mantiene para este año.
- El 50% de los internautas españoles compran por la Red².
- El 25% de las ventas anuales por Internet tienen lugar entre noviembre y diciembre, según estudio de Novamétrie en nombre de Twenga³.
- Las compras online crecieron un 20% en España durante la campaña navideña de 2011 comparado con las ventas de 2010.

Toda esta información se ampliará y explicará en detalle en el próximo seminario que la Online Business School de Nominalia realizará el día 27 de noviembre. El seminario estará abierto a todo el mundo y es totalmente gratuito. Las inscripciones pueden hacerse en el siguiente link:
<https://www3.gotomeeting.com/register/538808230>
