

¿Por qué deben las Pymes vender online? 8 razones de peso

La Escuela de Internet de Nominalia ofrece en su nuevo webinar las principales razones por las que las Pymes deben estar presentes en el mundo online y los puntos clave para que puedan sacar el mejor provecho de ello

Dar el paso al mundo e-commerce ya no es una opción para las pequeñas y medianas empresas. Con un volumen total de facturación que alcanzó los 2.705 millones de euros¹ en España en el tercer trimestre del 2012, la apuesta por el e-commerce se ha convertido en una obligación para cualquier Pyme. En su apuesta por el pequeño y mediano empresario y bajo el paraguas de su proyecto Escuela de Internet, Nominalia ofrece, el próximo día 21 de marzo, un nuevo webinar donde se expondrán las principales razones por las que la Pyme debe estar en el mundo online y los puntos clave para que puedan sacar el mejor provecho de ello.

¿Por qué deben las Pymes vender online? 8 razones de peso

1. Se trata de un mercado en crecimiento: a pesar de la crisis, el comercio electrónico no para de crecer. Tan solo en España hay 30 millones de internautas y una de cada dos personas busca información de forma online. Además, este mercado ofrece una gran cantidad de posibilidades, ya que todavía queda mucho espacio disponible para nuevos negocios. En Reino Unido, el 71.1% de la población compra online, pero en España solo estamos en un 27.3% frente al 42,7% de media europea².

2. Internet iguala oportunidades para negocios especializados: un mercado especializado o de nicho puede tener más visibilidad en Internet gracias a un buen SEO, presencia en portales de productos y redes sociales. De hecho, el posicionamiento online es más fácil en un nicho de mercado pequeño, como lo es definir el público objetivo. De esta forma, los esfuerzos y recursos requeridos para desarrollar un proyecto son menores.

3. Búsqueda online, compra offline (concepto ROPO): hoy en día, la fórmula de la mayoría de los usuarios es buscar de forma online y acabar comprando en tienda física. En concreto, un 80% de todas las ventas que empiezan en Internet acaban materializándose fuera de la red³. En España, más de un 35 % de los consumidores españoles consulta la web antes de acceder a la compra de un producto y/o servicio⁴. A veces las ventas a través de la web tardan un poco en despegar, pero sin duda, es una apuesta segura porque las ventas offline también aumentan.

4. Es más barato promocionar y atraer clientes: la mejor forma de promocionar una tienda o negocio es a través de herramientas de marketing. En este sentido,

internet ofrece nuevas opciones de publicidad más baratas que las tradicionales. Además, permite implementar otras técnicas que pueden mejorar esta promoción a través de la creación de contenidos de calidad y presencia en social media. Asimismo, se puede incorporar a la estrategia el mundo del posicionamiento SEO y la posibilidad de aparecer entre los primeros puestos de resultados de búsqueda en Google (estar entre los primeros puestos puede multiplicar hasta por 14 los “clicks” sobre el link de tu web)

5. Permite aprovechar los dispositivos móviles: alrededor de 5 millones de españoles tienen conexión a Internet desde su dispositivo móvil y, a nivel europeo, España ocupa el tercer lugar en el mundo m-Commerce. No obstante, se acabe comprando o no de forma online, el uso del móvil respalda la actividad en las tiendas físicas de forma más justa en términos de competencia ya que el internauta busca la información que más se adapte a sus necesidades sin tener que recorrer las diferentes tiendas de la ciudad. La Pyme puede sin duda ganar clientela a través del móvil y la geolocalización.

6. Aumenta el valor de la experiencia de compra: si en algo es experta la Pyme es en gestionar la experiencia de compra del cliente. En este sentido, internet permite incrementar el valor del servicio. La Pyme puede fomentar su “customer experience” a través de una página web con buena usabilidad y diseño atractivo, con facilidades de búsqueda de productos, botones de recomendación en redes sociales y blogs que traten las últimas tendencias. Además, las funcionalidades de una tienda online le permiten dar descuentos especiales o regalos a sus clientes VIP.

7. Es una manera fácil de internacionalizarse: es más fácil que un negocio local pueda llegar a mercados internacionales a través de una tienda online. Tan sólo es necesario que la web se encuentre disponible en varios idiomas y que la forma de pago pueda realizarse a través de diferentes monedas, algo que es fácil gracias a la gran variedad de herramientas de gestión de cobros disponibles.

8. Continuo avance de las herramientas software: hoy en día contar con una herramienta fácil e intuitiva que facilite la labor del empresario principiante en el mundo de las nuevas tecnologías está al alcance de todos. Este tipo de herramientas son actualmente tan sofisticadas que el empresario no tiene por qué tener conocimientos informáticos, lo que reduce su tiempo de dedicación a la parte online del negocio y permite atender sin dificultad el resto de áreas.

Toda esta información se ampliará y explicará en detalle en el próximo seminario que la Escuela de Internet de Nominalia realizará el día 21 de marzo. 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/756454486>

1. Fuente: Informe sobre el comercio electrónico a través de entidades de medios de pago publicado por la CMT, feb 2013.

2. Fuente: Eurostat 2011

3. fuente eMarketer, 2008

4. Fuente: Pixmania-PRO a través de TicPymes
