



8. Trabaja el **marketing** online. La creación de una tienda online debe ser consecuencia de un estudio de viabilidad e integrarse en la estrategia de marketing digital de la empresa.

En quién me apoyo

Para el asesoramiento: en la OTD de FREMM.

Para el desarrollo: en profesionales. Consulta el listado de habilitadores en la web de la OTD FREMM.

Para la financiación: las políticas de ámbito europeo y nacional están encaminadas al apoyo al desarrollo tecnológico de las empresas. Consulta a la OTD FREMM sobre las líneas de ayuda existentes.

Transformación digital en PYMES } Oficinas de Transformación Digital



Las Oficinas de Transformación Digital puestas en marcha en toda España por el Ministerio de Economía y Empresa, a través de la entidad pública Red.es, cuentan con un presupuesto global de cinco millones de euros. Las actuaciones a realizar serán financiadas con cargo al Programa Operativo Plurirregional de España (POPE), Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER) del periodo de programación 2014-2020 y bajo el lema “Una manera de hacer Europa” que tiene entre sus objetivos mejorar el uso, la calidad y el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).



COMERCIO ELECTRÓNICO

otd.fremm.es



Es el modo rápido y fácil de hacer negocios sin grandes inversiones.

COMERCIO ELECTRÓNICO

¿Qué es?

El comercio electrónico es el proceso mediante el cual se realiza la compra, venta o intercambio de bienes o servicios a través de medios electrónicos.

Según la estrategia adoptada, los principales son:

1. *B2B (business to business)*. Transacción entre negocios (empresa y proveedor).
2. *B2C (business to consumer)*. Transacción entre empresa (tienda virtual) y cliente.
3. *B2E (business to employee)*. Ofertas que la empresa hace a sus empleados y que sirven para impulsar su motivación e implicación.

Tiendas online

Los negocios online tienen características diferentes a los negocios tradicionales. Hacerla rentable no es tarea sencilla. Hay que tener en cuenta muchos factores relacionados con el marketing online.

Desventajas

- Inversión en publicidad online imprescindible.
- Comparación con tu competencia inevitable.
- El diseño, la usabilidad y la accesibilidad del sitio son fundamentales para dar impresión de profesionalidad y confianza.
- Dependencia de terceros: hosting y transporte deben ser servicios de calidad.
- Métodos de pago, salvo el contra reembolso, que dependen de un gestor externo (el TPV de un banco o caja, PayPal...)

Ventajas

- Abierto 24 horas al día.
- Se pueden vender cosas no físicas (productos que no requieran stock ni transporte, como aplicaciones y servicios)
- No tiene limitaciones geográficas.
- Permite conocer estadísticamente las preferencias de los clientes.
- La publicidad se puede segmentar y es completamente medible en sus resultados.
- Reducción de costes logísticos y adecuación del stock a la demanda.
- Igualdad de oportunidades: Si haces las cosas bien, compites de igual a igual con el resto, independientemente del tamaño de empresa.
- Aumento de compras por internet. Cada día hay más personas que compran en tiendas online.

Por dónde empiezo

Pasos imprescindibles:

1. Escoger el **nombre y el dominio**. Fáciles de escribir y recordar.
2. Elegir una buena empresa de **hosting**. La velocidad es clave para tus usuarios y para el posicionamiento en los buscadores.
3. Escoger **distribuidores/mayoristas** de garantía.
4. Usar un buen **software**. Existen muchos totalmente gratuitos y fiables (Prestashop, WordPress, Magento...)
5. Personaliza tus **productos**. Los usuarios agradecen no encontrar el mismo texto que en otras tiendas. Amplía la información con detalles del producto, fotos, métodos de uso.
6. Añade todos los **métodos de pago** posibles.
7. Crea un **blog**, donde se hable de tu sector y que sirva para promocionar tus productos directa o indirectamente.

