

SECOT BARCELONA

Voluntariado de Asesoramiento Empresarial

Los diversos tipos de sitio-web empresarial en Internet (Su contenido y las herramientas recomendadas en cada caso)

<u>Tipo de web site</u>	<u>Tipo de negocio</u> (ver *)
1) INFORMACION <i>accesible en todo momento</i> <u>a quienes ya nos conocen</u> (clientes, agentes y representantes, intermediarios etc.)	B2B en casi totalidad B2C muy ocasional
2) PUBLICIDAD (promocionar ventajas y beneficios de nuestros productos) <u>a quienes aun no nos conocen.</u>	B2B y B2C por igual
3) TELECOMPRA (por parte del visitante atraído por la publicidad que opta por aceptar precio y características) = <u>Formulación de un pedido on-line</u>	B2C en casi totalidad B2B solo compras reducidas
4) COMERCIO ELECTRONICO = Pedido, pago y organización entrega. <u>Todo hecho on-line en Internet</u>	B2C en casi totalidad B2B solo compras especiales

*) B2B (Business to Business) = Negocio de Empresas a Empresas

*) B2C (Business to Consumer) = Negocio de Empresas a Consumidores

 **El paso de un website de tipo 2 a tipos 3 y/o 4 implica adicionar elementos.**

 **Adaptar una website de tipo 1 a cualquiera de las demás presenta inconvenientes que pueden ser resueltos siempre que no son subestimados.**

Para la construcción y puesta en marcha de estos tipo de sitio web son necesarias herramientas y actuaciones distintas

1) INFORMACION PARA QUIENES NOS CONOCEN:

Estrategia: Facilitar acceso en todo momento (24 horas - 365 días) a la información.
Objetivo: **FIDELIZACIÓN DE CLIENTES Y COLABORADORES**

Colocaremos en la web site toda la información de posible interés de quienes ya nos conocen:

🗨 **Catálogos y hojas descriptivas de productos**

🗨 **Datos y esquemas técnicos.**

🗨 **Recomendaciones de servicio técnico +)**

🗨 **Ofertas especiales y promociones +)**

🗨 **Noticias de nuestra empresa**

🗨 **Todo lo demás que puede interesar.....**

+) Con o sin "password" de autorización de acceso

❖ Herramienta a instalar:

🕸 Un botón para abrir un formulario tipo email dirigido a nosotros: una manera cómoda para que nuestro visitante pueda escribirnos sus preguntas, observaciones etc. sin salir de nuestra página web.

🕸 ¿Quizás un "autoresponder" (ver página siguiente) que dirá que recibimos el mail?

📁 **Debemos procurar difundir la existencia de nuestra página web**

🏰 Incluir la dirección "www....." en todo lo escrito que salgan de la empresa: papelería oficial, sobres, embalajes, tarjetas de visita, facturas... ¡¡hasta en las tarjetas de felicitación navideñas!!

🏰 Colocar en la firma del correo electrónico un añadido: "Esperamos su visita en www....."

🏰 Informar a los clientes (y otros) mediante una carta de presentación haciendo una breve descripción de lo que encontrarán en la web.

🏰 Grabar en el contestador del teléfono un mensaje (p.ej.: "deje su recado y visítenos en "www.....")

🏰 Cualquier otra idea que consideren oportuna para dar a conocer la existencia del web site.

2) PUBLICIDAD DESTINADA A QUIENES NO NOS CONOCEN

Estrategia: Facilitar nuestra publicidad a posibles interesados en todo momento (365 días - 24 horas)

Objetivo: **UTILIZAR UN NUEVO MEDIO DE PROMOCION**

Colocaremos en la página web, de **forma prioritaria**, todos los argumentos que puedan colaborar a hacer atractivo (las ventajas, los beneficios y la singularidad) de lo que vendemos:


- 🗨 **Beneficios obtenibles por quienes nos compran**
- 🗨 **Diferenciación nuestra frente a otros**
- 🗨 **Exitos de nuestra empresa (premios, distinciones etc.)**
- 🗨 **Responsabilidad empresarial (garantías, reputación etc.)**
- 🗨 **Todo lo demás que puede ser un aliciente para que nos compren....**


y situaremos **solamente a continuación** los
DATOS Y CARACTERISTICAS DE NUESTROS PRODUCTOS

❖ Herramientas a instalar:

- Botón para abrir formulario email dirigido a nosotros (ver hoja anterior)
- "Autoresponder" (muy recomendado): Software que acusa recibo automáticamente del email enviado por el visitante (agradeciendo interés, prometiendo respuesta, etc.)
- Contador de visitas (visible solo si contamos con los medios para asegurar un número impactante).
- Enlaces de fácil lectura para acceder a páginas apropiadas del sitio-web de datos y detalles para "quienes ya nos conocen" (si ya la teníamos)

 **Debemos hacer lo necesario para que tengamos visitas**

 **Incorporarla en campañas de promoción:** Es importante aprovechar la promoción para difundir la presencia en Internet. Se dice al receptor que acceda a nuestra web cuando lo necesite.....

 **Inscribirse en buscadores:** Estar presente en los motores de búsqueda más usados por los potenciales clientes y en los directorios relacionados con la actividad

- Numerador de pedido (recomendado - da impresión de seriedad)
- Botón de envío del formulario
- Autoresponder (en este caso necesario para satisfacción cliente)



La venta dependerá del logro de atraer visitas (ver página anterior)

4) COMERCIO ELECTRONICO = Tienda virtual completa

Estrategia: Construir, en Internet, una web site que permite transacciones totales

Objetivo: **AUMENTAR VENTA** (si es empresa "normal") o **HACER VENTAS** (para empresa virtual)

Este es el "escenario" donde un visitante entra en la tienda, examina los productos y decide realizar su compra. Se le cobra el importe de la venta y se prepara la expedición, para la cual de antemano se ha de determinar la manera de que llegue al cliente su mercancía y se le cobra el transporte.

Colocaremos en la website:

- 🗨 **Información clara de todos los productos y precios**
- 🗨 **Coste del transporte (según total compra y sitio de entrega) con alternativas (si las hay) según rapidez llegada deseada.**
- 🗨 **Indicación del plazo entrega previsto**
- 🗨 **Derechos del comprador: garantía, devolución mercancía (¿quien paga transporte retorno?) etc.**
- 🗨 **Otras condiciones y detalles que pueden ser de interés**



En el enfoque de la venta en tienda virtual es importante tener en cuenta que los visitantes, con raras excepciones, **"no hacen la compra"**: Lo que hacen es **"ir de compras"**.

Esto significa que las decisiones de compra son menos racionales y más motivadas por factores de impulso. **Tener esto en cuenta debe mejorar las posibilidades de éxito.**

Herramientas a instalar (*lo más habitual será adquirir un "paquete de software" que incluye todo*):

- Cesta de la Compra (software de acumulación de productos)
- Módulo de conexión con banco (cobro de tarjetas y similares)
- Módulo de tabla de envío (calcula coste y fabrica etiquetas) eventualmente con módulo multimoneda (si vendemos al exterior)
- Botón de envío del pedido
- Autoresponder



.La venta dependerá del logro de atraer visitas (ver páginas anteriores)

