

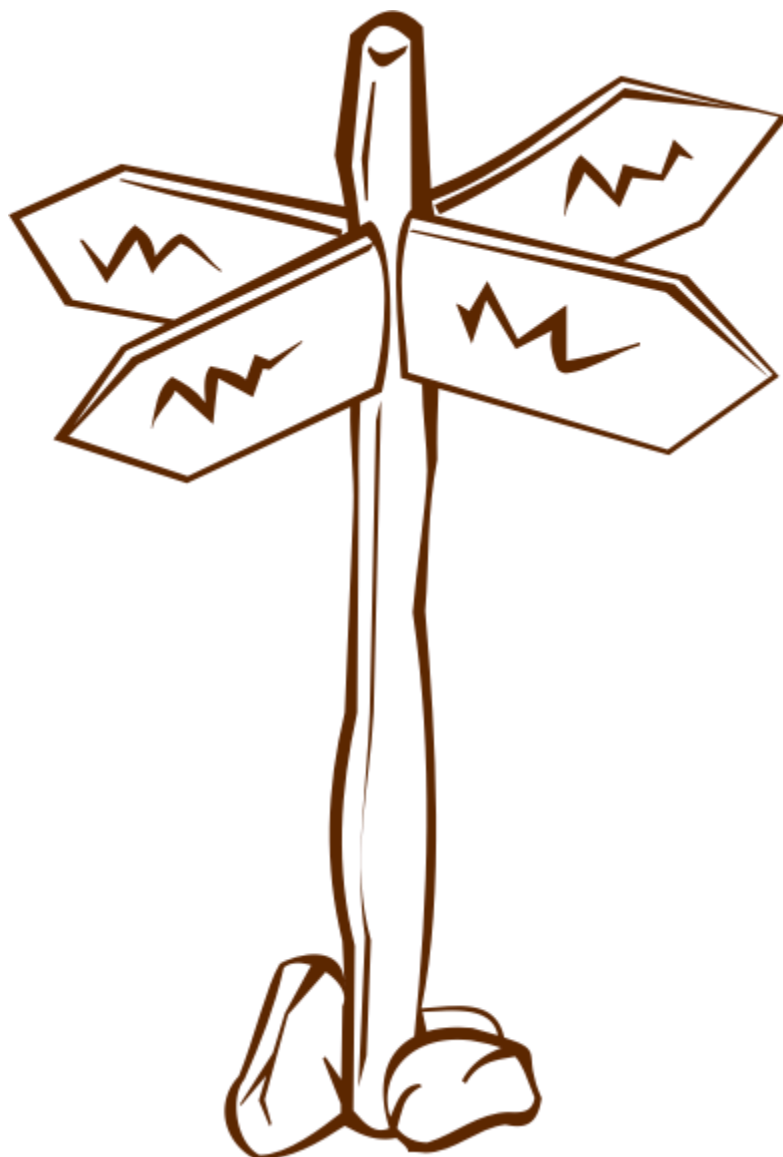
5 razones por las que

# **NO DEBERÍAS ABRIR** UNA TIENDA ONLINE

---

# Cómo has llegado hasta aquí

(y si aún estás a  
tiempo de darte la  
vuelta)



---

Si estás pensando en abrir una tienda online, es posible que te encuentres en una de estas situaciones:

- No tienes empleo actualmente y **buscas en el eCommerce una forma rápida, económica y sencilla de ganarte la vida.**
- Tienes un empleo por cuenta ajena y quieres montar **algo en tus ratos libres para ganar algún dinero extra**, y quien sabe si, en el futuro, poder dejar tu empresa.
- Tienes una idea de producto o servicio sobre el que **has desarrollado un modelo de negocio que puede aprovechar el canal online** para conseguir sus objetivos.
- Tienes un **negocio tradicional** y quieres utilizar el canal online para ampliar tu mercado y **aumentar tus ventas.**
- Eres fabricante/productor y buscas un **modo de saltarte la cadena de distribución** y llegar directamente al consumidor final.

La lista no es exhaustiva, pero seguro que en la mayoría de los casos de un modo u otro puedes encajar en alguna de esas categorías.

Sea cual sea tu situación, seguro que a estas alturas has leído mucho en internet sobre las ventajas del ecommerce, o cómo hacer que tu tienda venda más, la importancia del SEO, tener un blog, el diseño, estrategias, etc. Por eso aquí no vamos a hablar de nada de ello. **Nada de tecnología, nada de Prestashop, Magento o Woocommerce, nada de Analytics, AdWords, ni redes sociales.**

Hemos hecho este libro para hablar de la esencia de tu negocio, de personas, y principalmente de algunas **señales** que pueden indicarte que no deberías embarcarte en esta aventura, o al menos no ahora.

# ¿Estás listo?

---

Una tienda online es,  
básicamente,

**una tienda**



---

Entender esto es fundamental. **Tener una tienda online no es ni más fácil ni más difícil que tener una tienda física.** O dicho más genéricamente, abrir y gestionar un negocio online tiene (prácticamente) las mismas exigencias, necesidades y obligaciones que un negocio tradicional.

En algunos aspectos el canal online tiene algunas ventajas, como la necesidad aparente de una menor inversión y menos trámites administrativos, y en otros aspectos, resulta más complejo, por ejemplo, a la hora de dominar las plataformas tecnológicas sobre las que se basa,

Rodolfo Carpintier afirma que **la inversión en una tienda online debería ser la misma que la necesaria para abrir esa misma tienda físicamente**, incluyendo lo que costaría el local, el acondicionamiento del mismo, licencias, gestorías, personal, publicidad, stocks, etc. Si él lo dice, por algo será.

1

Si piensas montar una tienda online porque es fácil, económico y sencillo, **NO DEBERÍAS ABRIR UNA TIENDA ONLINE.**

---

Si en una tienda física siempre tiene que haber alguien atendiendo al cliente en el horario de apertura, ¿por qué no habría de ser igual en una tienda online? Llevar una tienda online debe ser un trabajo a tiempo completo, es más, **¡la tienda online no cierra nunca!**

Si piensas que en el proceso de venta no hay que estar con el cliente, o que no hay que estar detrás de la máquina registradora para cobrar, te equivocas. Lo que pasa es que en una tienda online todo ese trabajo hay que hacerlo **antes** de que entre el cliente. Tendrás que decidir sobre los productos, los precios, las presentaciones, qué irá en el escaparate, qué promociones destacamos o cómo vamos a permitir que nos paguen, cómo le vamos a enviar su producto, qué hacer si tenemos una devolución etc.

Todo esto **es mucho más trabajo del que parece**, especialmente si queremos hacerlo bien.

2.

Si no estás dispuesto a trabajar a tiempo completo en tu tienda online, **NO DEBERÍAS ABRIR UNA TIENDA ONLINE.**

---

# De negocios y personas



---

No te dejes engañar. A pesar de que el comercio online está inherentemente unido a la tecnología, el éxito de cualquier empresa está ligado a las personas, desde el personal comercial, las personas de producción, las que se encargan de la logística y la administración hasta, por supuesto, los clientes.

Poner una tienda online en manos de un informático o un diseñador es como poner una tienda de zapatos en manos del albañil que te ha hecho la reforma o el diseñador que te hace los carteles de rebajas.

3

Si todas las personas que van a trabajar en el proyecto son informáticos o diseñadores, y ninguno de ellos sería capaz de gestionar una tienda física, a lo mejor  
**NO DEBERÍAS ABRIR UNA TIENDA ONLINE.**



---

Si en tu caso el proyecto de tienda online está ligado a un negocio ya existente, recuerda que **el éxito va a depender de la involucración de todas las personas que forman parte de la empresa.**

Por eso, asegúrate de contar con el respaldo y la complicidad de la Dirección, que debe liderar el proceso sumando los esfuerzos de todas las áreas. Y si tú eres el Director, asegúrate de explicar el proyecto a todas las personas afectadas y de escuchar sus opiniones, dudas y puntos de vista sobre el proyecto.

4

Si tu empresa no está madura para poner en marcha un proyecto de eCommerce, quizás

**NO DEBERÍAS ABRIR UNA TIENDA ONLINE**

(o al menos no en este momento)

---

Lo que

no se ve



---

En una tienda online normalmente todo el mundo **se fija en lo exterior, en lo que ve el cliente**: la página de inicio, los productos, los precios, el carrito o el proceso de compra. Todo esto está muy bien, pero si realmente quieres que tu negocio online sea viable, tendrás que empezar por tener un producto atractivo para el consumidor y a un precio competitivo.

A estas alturas ya te habrás hecho las preguntas típicas: **¿cuál es el valor diferencial de mi producto o servicio? ¿quién es mi competencia? ¿por qué los clientes me van a elegir a mí?** Sin embargo, es probable que aún no hayas analizado otros aspectos que serán muy importantes en el futuro de tu eCommerce: **gestión de stocks, zonas de envío, transportistas, medios de pago, impuestos, facturación, legislación, devoluciones o atención al cliente, por poner algunos ejemplos.**

¿Sabes cuánto afecta en **costes** a tu producto final cada uno de estos apartados? ¿Tienes clara que política de precios vas a seguir? ¿Qué política de gastos de envío tendrás? ¿Cómo se relacionan con los precios de la competencia?

5

Si tu producto no tiene un claro valor diferencial y no vas a ser capaz de ser competitivo en precio,  
**NO DEBERÍAS ABRIR UNA TIENDA ONLINE.**

---

No estamos

LOCOS



---

Estas son sólo algunas razones para no abrir una tienda online. Como habrás visto se trata únicamente de algunas reflexiones sacadas de la experiencia y un poco de sentido común, que al final, es lo más importante a la hora de poner en marcha cualquier proyecto empresarial.

Por supuesto existen otras muchas razones para que, si tienes una idea clara de negocio y crees en ella, te pongas manos a la obra y comiences ya a vender online.

Si somos una empresa de marketing que presta servicios de asesoramiento en eCommerce, ¿por qué te contamos esto? ¿nos hemos vuelto locos?

En Nementio queremos ser tu compañero de negocios para ayudarte a poner en marcha el marketing que necesitas. Y queremos serlo para mucho tiempo.

Por eso en Nementio no nos interesa ayudarte a montar una tienda online, lo que nos interesa es que tu tienda online funcione. Y si una tienda online no es lo que necesitas, te lo diremos.

# SOBRE NOSOTROS

Somos una agencia de marketing que ayuda a empresas de alto potencial a alcanzar sus objetivos de crecimiento, alineando marketing y ventas con un enfoque inbound.

Somos especialistas en negocios TIC, eBusiness y salud.

**PIDE UNA ASESORÍA GRATUITA CON UN ESPECIALISTA DE INBOUND MARKETING PARA eBUSINESS.**

**¿Te ha parecido interesante?** Solicita una asesoría gratuita y te ayudaremos a planificar la próxima campaña Inbound para tu tienda online.

**nementio**

Contacta con nosotros en

 /nementio

 @nementio

nementio.com