

MOOC modulo 1 lección 1.- Introducción al comercio electrónico

Da lo mismo ya tener una tienda o apenas empezar, en los dos se comienza desde cero porque no es lo mismo que en el mercado tradicional, por lo mismo hay que pensar que datos poner en el negocio electrónico para ver a qué tipo de mercado se quiere llegar, cuanto se quiere vender, cuál es tu público que quieres tener. Existen herramientas poderosas en el mundo digital, ya que son mucho más productivos que los negocios tradicionales, se mide por el coste; cuánto cuesta una tienda digital frente a una tienda física y el tiempo, los negocios digitales son mucho más rápidos, en el primer mes ya se puede tener una red de clientes bastante amplia que ya estén generando buenos ingresos. Hay que medir no solo que hay en la tienda digital, sino de los clientes, de donde vienen, si nos han buscado en un buscador, si nos han encontrado por nuestra publicidad o por los correos electrónicos. Hay que saber que pasa dentro y fuera de la tienda, no solo en nuestra publicidad sino también en el marketing de la competencia.

Nuestra mejor publicidad serán nuestros clientes, ya que ellos nos van a recomendar, y será nuestra campaña de marketing mejor patrocinada, por eso nuestros clientes deben de ser los más importantes, tendremos que abrir los canales de comunicación para que sientan escuchados y valorados.

MOOC modulo 1 lección 2.- Investigación

Es una herramienta muy importante que debemos tener a nuestro servicio. Se puede hacer de 2 formas: La pasiva que es donde se utiliza las fuentes a nuestra disposición y la activa es donde especificamos que queremos saber, para ambas se tiene multitud de herramientas electrónicas, todo está en internet y la mayoría de los casos es gratuita. La fuente más destacable es la página web de nuestra competencia, podemos hacer una compra y poder ver que es lo que están haciendo, como son sus procesos, que ofertas tienen, que es lo que más venden, su marketing, etc. No solo debemos observar como lo hacen, si no suscribirnos a newsletters, sus listas de distribución de e-mails, para que recibamos en el correo electrónico una selección de sus ofertas que podemos estudiar, para sí deseamos imitarla o superarla que es la idea de un nuevo comercio electrónico.

Si tenemos identificado lo que queremos saber, tenemos herramientas como los buscadores, una búsqueda realizada con distintas formulaciones de pregunta, nos darán con toda seguridad las respuestas que esperamos. Podemos investigar todo sobre nuestro producto fuera de nuestro país y dentro de él. Existe Monkey Survey que nos ayuda a hacer encuestas que se puede distribuir por medio de correo electrónico a nuestros clientes y saber sus opiniones y así tener más información sobre nuestra investigación.

Pero no solo debemos investigar sobre nuestra competencia, sobre los productos y los clientes, sino también en las leyes que nos pueden afectar, también para investigar candidatos; a quien contrata nuestra competencia y a quien necesitamos contratar nosotros, podemos investigar proveedores y nuevas tecnologías.

MOOC módulo 1 lección 3.- Mejores prácticas Benchmarking

Lo mejor que podemos hacer es fijarnos en los grandes, personas que ya han pasado por nuestro camino, porque a lo que nosotros nos estamos enfrentando, ellos ya pasaron por ello, hay que hacer compras con las empresas grandes para fijarnos en los procesos que ellos llevan. Ellos estudian a sus clientes para saber que les gusta y que es lo que le pueden ofrecer, hay que saber cómo interactuar con nuestros clientes. La clave del éxito o no éxito es la simplificación del proceso, entre más fácil es la compra, más agradable será la experiencia.

MOOC módulo 1 lección 4.- Método CANVAS

Necesitamos meternos a una mejora continua, la mayoría de la startup fallan desde los primeros meses incluso la gran mayoría no supera los 5 años de vida. Hay que sentar bases desde un principio para reducir el porcentaje de casos, una de las técnicas más exitosas es aplicar en cómo trabajan los diseñadores gráficos, un diseñador no hace un trabajo y lo deja, este está sometido a un proceso de mejora continua. Los lienzos CANVAS son de alguna forma la esencia de toda esta filosofía que estamos hablando, es más fácil emprender así y nos acercamos más fácil al éxito, nos interesamos en hacerlo así porque de un vistazo vamos a ver hacia donde vamos y que nuestro negocio. CANVAS es un gráfico muy sencillo, este posee 5 casillas: en la parte superior especificamos ¿Qué?: especificar que vamos a vender ya sea producto o servicio, hay que explicar cómo está compuesto, cuál es su ventaja, cuál es su diferencia, su propuesta única de venta, productos competitivos, sustitutivos. En la segunda ¿Cómo?: cómo se va a hacer, proveedores, donde está la tienda, cómo se va a anunciar, de donde se sacan los recursos financieros. Y en la tercera casilla, ¿A quién?: quien va a comprar, por qué me va a comprar, quienes son, donde viven, utilizan redes o no, tienen número telefónico. Debajo solo hay dos casillas: ingresos: no solo de las ventas sino en anuncios que puedes hacer y gastos: los gastos de publicidad, los materiales que necesitas, etc. El CANVAS es una sencilla radiografía de nuestro negocio.

MOOC: módulo 1: lección 5.- Creación de una tienda Online

Hay muchas herramientas en internet que nos ayudan a crear nuestra tienda, es algo muy siempre por delante, pero muy complejo por detrás, hay mucha tecnología soportándolo, hay que leer las valoraciones de empresas que ya utilizan ciertas páginas web, podemos contratar una página con un gasto muy pequeño y así tener el acceso a múltiples herramientas, estas herramientas en versión básica nos permitirán rodar los primeros meses, suelen tener prestaciones avanzadas con diferentes costos. Podemos tener buscadores, escaparates virtuales y recomendados, pasarelas de pagos avanzadas, todas las formas de pago posibles. Hay que llevar un control de toda la actividad de lo que está ocurriendo, la gestión de la oferta y el stock. Es muy conveniente que haya testimonios de clientes satisfechos, esto da mucha tranquilidad, mucho confort.

MOOC: módulo 1: lección 6.- La base de datos

La base de datos es el corazón de una tienda de comercio electrónico, con una base de datos bien gestionada, se puede llegar a donde queramos llegar. La base de datos es algo muy delicado porque no solo contiene información identificativa de cada uno de los clientes. Esta no solo incluye los datos generales del cliente como: donde vive, donde trabaja, a qué hora está en casa, su número de teléfono, su número de tarjeta, etc. Sino que incluye los hábitos de compra que tiene, cuándo, a qué hora compra, qué talla usa. Hay dos partes de la base de datos una que le sirve al cliente donde encuentras productos, ofertas, etc. Y la parte del gestor donde es el análisis de los datos. Otra cosa es que debemos que tener en cuenta es clasificar a nuestros clientes desde el que compra más hasta el que compra menos.

MOOC: módulo 1 lección 7.- Protección de datos

La base de datos es muy delicada, cualquier error, cualquier torpeza en la custodia de los datos de tus clientes, puede traer sanciones, multas de un importe elevado. Tus clientes deben saber para qué están destinados sus datos, si los vas a acceder a otras empresas, si los vas a intercambiar y que datos estás acumulando de ellos. En el mercado digital existe el big data que es una cantidad enorme de datos, hay dos datos; unos especialmente protegidos que son de carácter personal como la identificación, el nombre, domicilio, teléfono, correo electrónico, tu orientación sexual, tu religión y los estados de salud, estos son datos muy delicados y otros que no los están tanto. Para que tengamos una protección de datos hay que asesorarse en abogados expertos en protección de datos, ya que la ley obliga a hacer esto, además obliga a informar que tipo de información vas a recoger en cada sección de navegación, ante esta situación muchos medios de comunicación o publicidad utilizan las Cookies que son pequeños programas que no almacenan datos personales, pero si estableces la huella digital que es: dónde has navegado, qué has comprado, cuáles son tus hábitos de navegación.

MOOC: módulo 1: lección 8.- Técnicas LEAN

LEAN es darle las llaves del coche a tu cliente, dejar que tu cliente conduzca tu negocio, LEAN significa que la decisión de cuáles serán los próximos desarrollos tecnológicos no las tiene que tomar el director técnico ni los programadores si no deben ser los clientes y los usuarios de nuestro comercio electrónico los que decidan que es lo próximo. Esto lo pueden hacer por medio de una votación, hay una herramienta que se llama WEBYDO, lo que hace es hacer una votación de lo que quieren los clientes. La técnica LEAN se basa en menos planificar y más experimentar.

MOOC: módulo 1: lección 9.- Digitalización de negocios existentes

Es recomendable separar las oficinas de la tienda tradicional de la tienda online, ya que es un modelo muy diferente. Es más fácil comenzar de cero, las ventajas que se tienen del modelo tradicional debes plasmarla en la tienda digital.

MOOC: módulo 1: lección 10.- Webs informativas

Son webs que ayudan a la venta, aunque no permitan la compra en la propia web, en la mayoría están productos complicados de vender de forma electrónica como una casa o un automóvil, te proporcionan videos de todas las características del producto, pero aún no tienen la habilidad para comprar en línea, solo te dicen cuál es el producto y aseguran la venta, esto llega a una consulta por vía telefónica o correo electrónico.