

## TECNOLOGÍA PARA PYMES

# Las tiendas «on-line» elevan las ventas de las tradicionales

El «e-commerce» se convierte en un buen colchón en época de crisis para los comerciantes, según un informe de Oxatis y KPMG

### Claves para vender en la red

#### ¿CÓMO VENDO?

##### CREAR UNA TIENDA



##### TOP 4 MARKETPLACES



#### ¿CÓMO ENVÍO?

Optimizar la logística a través de distintos proveedores



#### ¿CÓMO ATIENDO A MIS CLIENTES?

Software que centraliza las consultas:



#### MÉTODOS DE COBRO

Existen diferentes plataformas que te permiten conectar directamente y de forma segura al banco para que se efectúe el pago



#### MÉTODOS DE PAGO



Fuente: Packlink

### PILAR PÉREZ

El «e-commerce» ya es más que un recurso complementario. Actualmente, se ha convertido en la mejor herramienta de las tiendas tradicionales para digitalizarse y rentabilizar las ventas, como apunta una encuesta elaborada por Oxatis y certificada por KPMG. De esta forma, los beneficios del comercio «on-line» ya no sólo repercuten en la apertura de un nuevo canal de venta, sino que favorecen los tradicionales. Los comerciantes «on-line», que cuentan también con una tienda física, declaran haber generado ventas «off-line» a partir de su tienda «on-line» y más de la mitad reconocen que les ha ayudado a abarcar un mercado más amplio mientras que la otra mitad asegura que aumentó el tráfico de visitas a su tienda física a partir de la apertura de la «on-line».

Sobre cómo se da el paso de lo analógico a lo digital en el tema de ventas, Raphaël Pagano, director de marketing de Oxatis, explica que «cuando tienes una tienda física la transición es muy sencilla, el comerciante tradicional sólo tiene que confiar en el proveedor adecuado de servicios «e-commerce». Una vez elegido éste su única preocupación tiene que ser vender, lo que, una vez posicionado en el mercado «on-line», sería mucho más sencillo». Los motivos de abrir este nuevo escaparate «digital», no siempre son económicos, «la motivación de aumentar la visibilidad, mejorar los servicios y probar nuevas alternativas», son, como apunta Pagano, la primera razón que señalan los encuestados, ya que casi el 60% persigue abarcar un nuevo mercado.

Pese a que muchos son comerciantes y

pymes, que dan el salto a la web, la mayoría (casi un 40%, según la encuesta), son emprendedores que han optado por una tienda «on-line» en el momento de emprender. «Con una destacada penetración en el mercado español y con cifras que indican que la tendencia en aumento, no resulta extraño que muchos emprendedores hayan optado por montar una tienda «on-line» exclusivamente, con las ventajas económicas y logísticas que ello supone. El autoempleo se ha convertido en un medio de supervivencia en tiempos de crisis y el «e-commerce» supone un soplo de aire fresco para poner en marcha nuevos negocios», señala Marc Schillaci, CEO de Oxatis.

### OBSTÁCULOS

De la encuesta de Oxatis se desprende que el 38% temía la creciente competencia en internet, el 26,5% manifiesta desconfianza del plazo necesario para rentabilizar la tienda «on-line», el 20,5% lo achacaba a la falta de tiempo, mientras que la gestión de la logística y el coste total del proyecto suponían un freno para el 18%. Por su parte, un 14,5% de los encuestados tenía miedo de hacer frente a la necesidad de vincular la tienda «on-line» a un software de gestión comercial.

El miedo a la dificultad de manejar el comercio desde un ordenador frustra muchos planes de conversión. «La gente

cree que es difícil de usar, que se necesitan muchos requisitos técnicos y una gran inversión inicial y luego nuevas inyecciones monetarias para mantenerse actualizado», subraya Pagano. Desde Oxatis, su solución SaaS ofrece la seguridad y la sencillez que precisa el comerciante. «Hay que garantizar que los comerciantes estén siempre a la vanguardia de la innovación con una gama de funcionalidades única y en constante evolución como la versión móvil, la gestión de marketplaces como Amazon o eBay, tener acceso a las opiniones verificadas de los consumidores o la disponibilidad de incorporar todo el contenido de su tienda «on-line» en su canal de Facebook», puntualiza Pagano.

Otro de los puntos son las formas de pago. ¿Qué ofrecer a los clientes que sea cómodo y seguro? Pagano manifiesta que «las formas de pago son un elemento de confianza para cualquier tienda «on-line». Proponer varios métodos de pago, que contemplen diferentes posibilidades, como la de utilizar el teléfono móvil, transferencias bancarias, plataformas como PayPal... Hace que el cliente se sienta más confiado a la hora de comprar y eso aumenta la respuesta positiva por su parte con respecto al negocio». Ya que lo que en definitiva cuenta es que el consumidor complete la última fase de compra.

**Más allá del objetivo económico, dar el salto a la web significa expandirse en un nuevo mercado**

**Combinar las dos formas de negocio proporciona más visibilidad a la marca, dentro y fuera de internet**

## ¿PORTÁTIL O TABLETA? LOS DOS

► SPC presenta el Smartee Winbook 11.6, que combina la comodidad de una tableta con la versatilidad de un portátil. Está equipado con las características de Windows 8.1, un procesador Quad Core con hasta 1.83 Ghz, un teclado completo Touch Pad y una pantalla capacitiva de 11.6", una relación de aspecto de 16:9, cuenta con tecnología IPS.



## LOCALIZADOR DE OBJETOS

► Para quienes tengan mil cosas en la cabeza y tendencia al «olvido», les será muy útil hacerse con el nuevo

gadget G-tag de

Gigaset. Este

nuevo

dispositivo de

pequeñas

dimensiones

está diseñado

para encontrar y

localizar pertenencias

como llaves, maletín de

trabajo... Funciona gracias a

una app gratuita.



## SEGURIDAD EN LA NUBE PRIVADA

► Synology ha puesto en el mercado DiskStation Manager 5.2, la última versión de su galardonado sistema operativo para servidores NAS. Gracias a la integración de nuevas funcionalidades y programas, DSM 5.2 proporciona la nube de almacenamiento privada más segura y con la tecnología más avanzada para usuarios individuales y de negocio.

