

EMPEZAR A VENDER ONLINE

La guía definitiva



11 pasos que necesitas para empezar
a vender online



Empezar un negocio por Internet no es tan difícil como parece

De entrada puede parecernos que se necesita mucho tiempo y dinero para empezar a vender online, pero lo cierto es que montar una tienda en línea es algo relativamente fácil y económico si se cuenta con los aliados adecuados y se tienen claras las prioridades.

Si llevas tiempo planteándote montar una tienda online pero no te atreves a hacerlo, seguro que te irá bien saber cuáles son las 10 cosas que se necesitan para empezar a vender online.

Sólo hay 10 imprescindibles, ¡es más fácil de lo que parece!

01

El producto

01

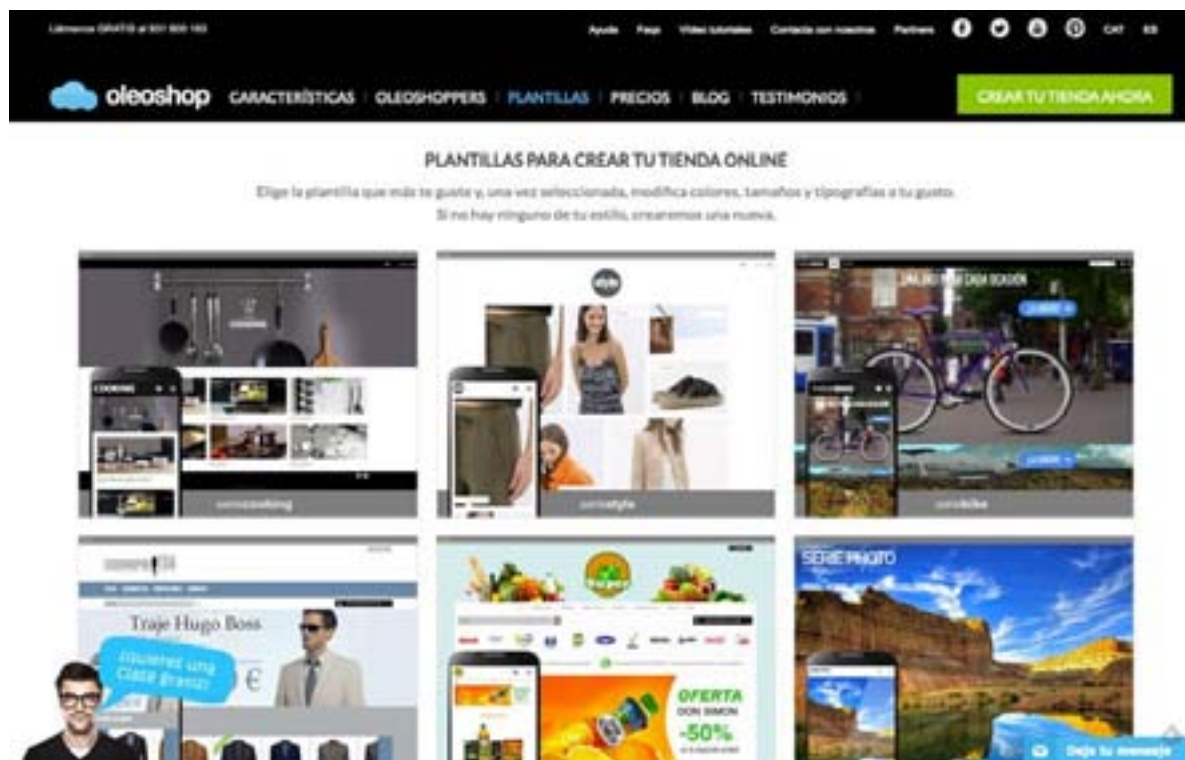
Lo primero a tener claro es qué quieres vender, ya que eso condicionará aspectos tan importantes como el espacio de almacenaje necesario o los costes de embalaje y mensajería: cuanto más abulte tu producto, más caro será almacenarlo, empaquetarlo y enviarlo, y deberás tener en cuenta esos costes en tu cálculo de rentabilidad. En este sentido, una buena idea es especializarte en vender un producto nicho concreto, que sea pequeño, fácil de almacenar y de enviar, y que no te suponga una inversión inicial enorme en caso de tenerlo en stock. Dicho de otro modo: te será más fácil especializarte en vender online ropa interior de tallas grandes que intentar ser Zalando.



02

La plataforma de ecommerce

Para vender online, necesitas una plataforma en la que puedas mostrar tus productos y en la que tus clientes puedan comprarlos. ¡Pero no necesitas un avión! Hay plataformas de ecommerce que por muy poco y con sólo unos clics te permitirán disponer de una tienda online totalmente profesional, como por ejemplo Oleoshop o algunos toolkits de WordPress. Si antes de lanzarte a la piscina quieres testear el modelo de negocio, también puedes empezar creando una pequeña tienda online en marketplaces como eBay o Amazon, en los que no pagarás por el uso de la plataforma sino sólo una comisión por cada venta.



03

La logística

La logística es mucho más que enviar el producto al cliente, y es recomendable que estudies las posibilidades y compares mucha información. Para empezar, **el almacén**: ¿te compensa tener gastos de almacén? ¿O es mejor externalizar el almacén logístico y dejar la preparación de paquetes en manos de tu mensajería? Segundo: **los tipos de entrega que quieres ofrecer**. Lo más habitual son entregas en 24h, 48h o 72h; pero dependiendo de cómo sea tu público, te puede interesar ofrecer envíos que tarden más pero que sean más baratos, o envíos en sábado, por franjas horarias o entregas el mismo día. Y tercero, también es **recomendable que cuentes a la vez con los servicios de varias mensajerías**, algo de cuyo valor te darás cuenta en temporadas complicadas como las Navidades.



04

La política de proveedores

Algo de lo que solemos olvidarnos es de que tenemos a nuestro alcance **varias fórmulas para proveer-nos de producto**: como alternativa a la clásica compra de stock, podemos apostar por el dropshipping o adoptar un modelo de compra a proveedor bajo demanda o mediante preventas. También hay que tener en cuenta que **cada proveedor tiene sus requisitos**: los hay que piden compras mínimas; otros exigen compras cruzadas o rotaciones anuales determinadas; y otros no te impondrán ninguna condición. En este sentido, es conveniente que **compares precios, velocidad de entrega y condiciones de compra de varios tipos proveedores** capaces de servirte el mismo producto –como son los fabricantes, los mayoristas nacionales y los mayoristas extranjeros– ya que suelen ofrecer precios y servicios muy distintos entre sí. Busca, compara y... ¡quédate con el mejor trato!



05

El packaging

Está claro que sin cajas no puedes enviar ningún paquete, pero también es importante que **no te arruines comprando kilos de cartón que no sabes si acabarás usando** porque aún no sabes cómo te irá el negocio. Pues no te preocupes porque puedes ir invirtiendo en packaging según vayas vendiendo: servicios como Selfpackaging o Kartox te permiten comprar **cajas de cartón fáciles de montar en partidas de pocas unidades**, para ir invirtiendo en embalaje según lo vayas necesitando. Lo mismo con las **pegatinas y etiquetas**: prueba a echarle un vistazo a Moo. Y si tienes pensado externalizar el almacén y el manipulado de tus paquetes, **la mensajería podrá proporcionarte las cajas** y cobrarte sólo por las que vayas usando.



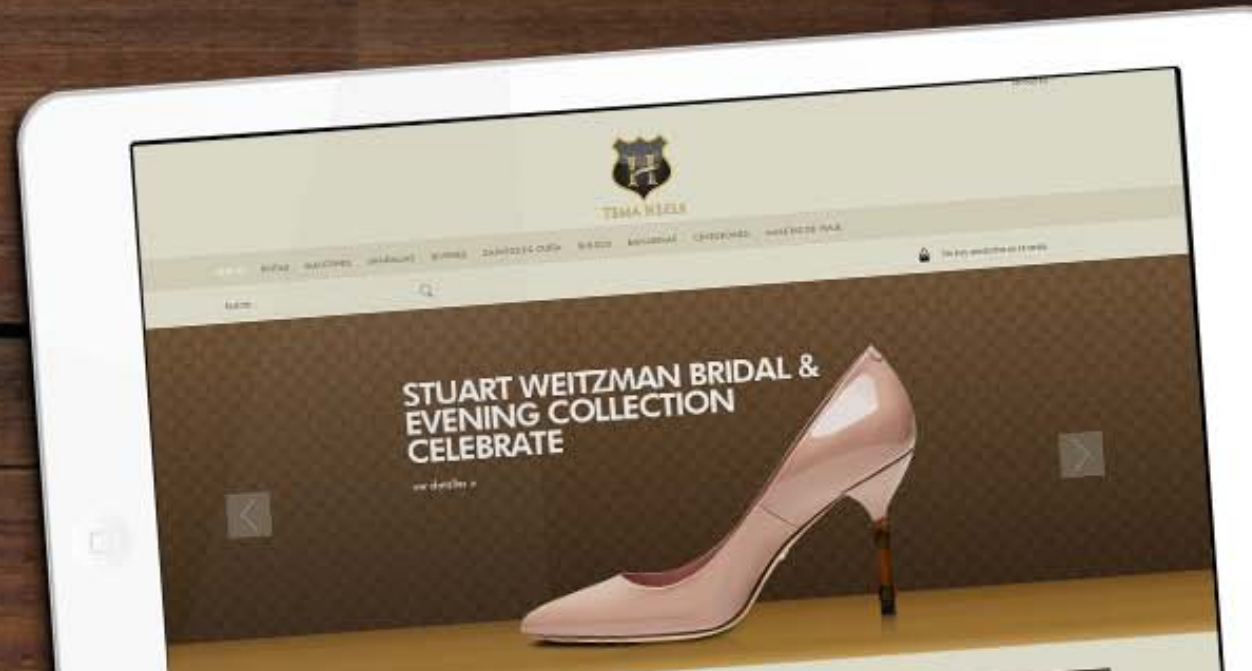


oleoshop

tu plataforma ecommerce

Desde
19€
al mes

Todo lo que necesitas para vender en internet



06

Los contenidos

Una vez atados todos los puntos anteriores, es hora de ponerse con **los contenidos de tu tienda online**. Por supuesto, es importante que cuides la redacción, la gramática y la ortografía de tus descripciones, y que utilices **buenas fotos** en las que se aprecien bien los detalles y características del producto; pero también es importante que tus descripciones incluyan **los datos que el cliente va a necesitar para convertir su interés en compra**. Por ejemplo, un error muy común en tiendas online de moda es no indicar los tejidos de fabricación de las prendas, no detallar qué cuidados requieren, o no incluir una guía de tallas con las medidas exactas de las prendas. **Evita dudas, consultas e incidentias** incluyendo esta valiosa información en tus fichas de producto: se lo pondrás más fácil a tus clientes para comprar.



07

Los métodos de pago

Para aquellos a los que no les apetezca complicarse la vida con los métodos de pago, **Pay Pal constituye una muy buena solución**, ya que permite al cliente pagar mediante transferencia bancaria o mediante tarjeta de débito/crédito según escoja, y a ti te evita solicitar, configurar e instalar el **TPV virtual** de un banco. Cuando ya hayas despegado, verás que **es recomendable ofrecer más de un método de pago**, y a poder ser alguno que no implique dar los datos de la tarjeta de crédito. En España, siguen funcionando muy bien los pagos por transferencia bancaria y los pagos a contrarreembolso, así que no los desestimes; y, si puedes, combínalos con un TPV virtual y/o con Pay Pal, tendrás la mejor fórmula.



08

La comunicación

Acabas de empezar y no te conoce nadie, pero no te preocupes: tienes la suerte de vivir en el siglo XXI, ¡el siglo de las redes sociales! Y es que **las redes sociales y los blogs corporativos de calidad** son la mejor forma de darse a conocer con una inversión mínima. Cuando tu negocio ya haya despegado, puedes valorar **enviar newsletters** semanales a tus clientes, potenciar la **generación de backlinks** o fomentar la **aparición de tu empresa en medios** de comunicación mediante un gabinete de prensa externalizado. Pero no se te ocurra hacerlo todo de golpe, porque te verás con mil compromisos que no te dejarán tiempo para llevar la tienda. En comunicación, despacito y buena letra, y si no puedes hacerlo todo tú, externaliza.



09

La política de devoluciones

Una de las cosas que más miedo dan a un emprendedor online son las devoluciones. De entrada tememos que la gente se vuelva loca y devuelva sus compras indiscriminadamente, arruinándonos de paso a base de envíos. Pero en cuanto empezamos a vender, nos damos cuenta de que **las devoluciones son muy poco habituales** y de que, cuando suceden, son por algo: **nadie hace una devolución por placer**. Y en cambio se sabe que ofrecer devoluciones gratuitas es una de las cosas que más alienta a un cliente con ganas de comprar. Aunque de entrada te eche para atrás, tener una **política de devoluciones generosa y flexible te beneficiará a largo plazo**. Y aunque tu política no sea extremadamente generosa, ten en cuenta que siempre tienes que cumplir lo que estipula la ley.



10

Un gestor/contable

10

Para empezar a vender online no necesitas contratar a nadie, pero no te va a sobrar el apoyo de un buen gestor, asesor fiscal o contable que se encargue de llevar la facturación, calcularte los impuestos, avisarte de la existencia de ayudas e incentivos fiscales y en general ayudarte a sacar adelante y hacer crecer tu negocio. Un gestor que te lleve los números no tiene que costarte un riñón: por lo que gastas en móvil o en luz, puedes tener a un buen aliado que te quitará muchísimo trabajo tedioso de encima.

Como veis, es posible empezar a vender online teniendo atadas sólo estas 10 cuestiones, que no son tantas. ¿Os animáis a montar vuestra tienda online?



11

**¿Es necesario darme de alta
de Autónomo para abrir una
tienda online?**

Esta es la pregunta que se hacen muchos emprendedores, y que puede provocar que desistan en el intento, debido a los múltiples trámites legales a los cuales se tienen que enfrentar y, el que es más importante, al temor que si el negocio no funciona rápido, no puedan hacer frente a las mensualidades de la Seguridad Social.

En principio sólo tendrás que darte de alta a Hacienda en el censo de empresarios y profesionales donde anotarás tus datos, como el nombre, dirección, actividad de la empresa, etc., y al impuesto de Actividades Económicas (IAE), que sólo cotiza impuestos si superas la cifra de facturación de 1.000.000 € anuales. Todo esto se hace con el modelo 036 y 037.

Para darse de alta a la Seguridad Social como trabajador Autónomo, según las normas, se tienen que dar de alta todas aquellas personas que realicen una actividad económica y no estén sujetas a un contrato laboral con una empresa.

Cómo en todo siempre hay excepciones y una de ellas es que si realizas una actividad económica esporádica no es obligatorio darse de alta, pero cómo que todo es interpretable, ¿Dónde están los límites? ¿Hasta dónde se considera actividad esporádica?

Entonces encontramos otra excepción (sujeta a jurisprudencia): una persona que su volumen de negocio sea inferior al salario mínimo interprofesional y no tenga personal contratado, está exenta de darse de alta.

En cualquier caso, nuestra recomendación es aprovechar las nuevas medidas de impulso a la actividad empresarial, que bonifican el primer año de cuotas de Autónomo de sólo 50 € mensuales, y que te ahorran posibles problemas para poder demostrar si tu actividad es esporádica o si tu facturación es mayor o menor.

Aquí tienes un artículo muy interesante para ampliar la información: <http://bit.ly/1iw2SwO>

Si te ha gustado
este ebook compártelo
ahora con tus contactos





tu plataforma ecommerce



¿Quieres descargar nuestras guías?

Aquí encontrarás nuestras guías de e-commerce que te ayudarán a comprender y afrontar todos los retos que puedas tener en tu aventura online

¡DESCARGA TUS E-BOOK GRATIS!

Puedes contactar con nosotros llamando al teléfono **931 800 163**
o si lo prefieres escríbenos a **info@oleoshop.com**



tu plataforma ecommerce