

NEGOCIOS VIRTUALES

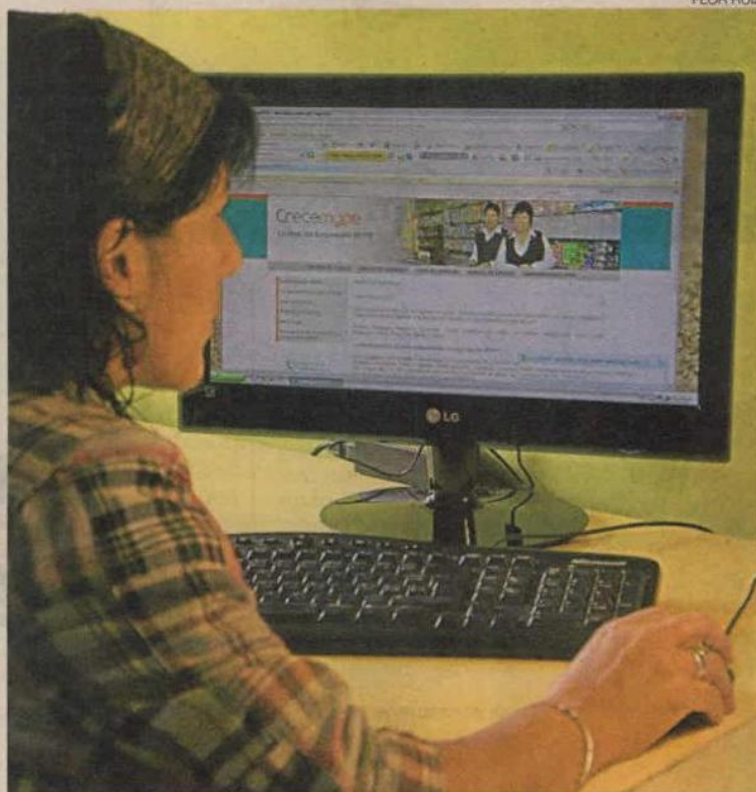
Con el respaldo de Internet

Para las mypes Internet se ha convertido en un importante medio para incursionar en diversos mercados sin necesidad de realizar cuantiosas inversiones. Los múltiples beneficios de la red son una buena oportunidad para potenciar los negocios.

“Del 100 % de las mypes, actualmente no más del 10% utilizan la red. Todavía su uso es muy incipiente. Aún así, se ha experimentado un crecimiento importante. Ello se debe a los beneficios de Internet para los negocios. El otro 90% no lo usa porque su negocio sigue desarrollándose bien sin Internet, pero en la medida que empiecen a verse alcanzados por los que sí la están usando van a empezar a interesarse por la red”, señala Paul Morales, coordinador del diplomado en gestión de negocios electrónicos para pequeñas y medianas empresas de la Universidad Esan.

NUEVAS TECNOLOGIAS

Ciertamente, Internet permite incursionar en diversos mercados, tanto a nivel local como internacional; sin embargo, los especialistas señalan que si no se utiliza adecuadamente poco o nada hará por potenciar un negocio, por es necesario conocer primero las nuevas tecnologías y luego desarrollar estrategias. “Todas las herramientas son armas de doble filo. Nos pueden ayudar a hacer conocido un negocio, posicionarlo en la mente de los consumidores, vender y ofrecer bienes y servicios, pero si no son utilizados correctamente ni se definen claramente los objetivos de un negocio no servirán de mucho o, peor aún, podrían actuar en contra”, sostiene Eduardo Mejía, docente de e-marketing y comercio electrónico de Cibertec.



FLOR RUIZ

marketing electrónico) y teniendo los objetivos del negocio claros harán que en el mediano o largo plazo el negocio prospere y abarque a más personas”, añade Mejía.

Por su parte, Liliana Alvarado, directora del área académica de marketing de la Escuela de Posgrado de la UPC, coincide en señalar que si se desarrollan estrategias de marketing on-line adecuadas, el Internet pueden otorgar credibilidad, diferenciación y posicionamiento. “Al tener opción de medir toda acción en la web, es fácil corregir aquello que no se está haciendo bien, es decir, permite a las empresas interactuar con sus clientes, corrigiendo rápidamente aquello que se necesite, de manera tal que la información fluya de forma sencilla, rápida y directa”, sostiene

Para Alvarado, en la red las mypes deben esmerarse en escuchar a sus clientes, dado que este es un

medio muy sencillo para poder interactuar con ellos, de ahí que se deba “hablar con los clientes, en lugar de hablar para los clientes”. Asimismo, señala que las empresas deben tener en cuenta que los internautas compradores siguen valorando los mismos factores que en las compras tradicionales: rapidez, facilidad, simplicidad y comodidad en el proceso de compra.

MIX DE HERRAMIENTAS

Para impulsar un negocio están las redes sociales, los sitios web, los blogs, los videos en youtube, el adwords de google, así como el e-mail, entre otros. “No es recomendable crear websites difíciles de entender o hacer que luzcan como una presentación de power point cuando su propósito es hacer uso de las capacidades multimedia que la red ofrece para potenciar audiovisualmente un producto o servicio”, sostiene Mejía.

Explica que, por ejemplo, cuando se crea un perfil en facebook pretendiendo que los clientes, consumidores o usuarios comenten y participen en esta red social con sugerencias, comentarios o experiencias tanto positivas como negativas y la empresa no otorga respuestas a sus inquietudes de manera rápida, muy probablemente las personas pensarán que simplemente no les toman la importancia debida. “Por eso, todas las herramientas usadas con criterio, sentido común, contando con un especialista (que guíe en la parte técnica y asesore en

El público que participa en las páginas web de las empresas espera respuestas rápidas a sus inquietudes.



PARA TOMAR EN CUENTA

Para potenciar un negocio en la red se recomienda seguir los siguientes pasos:

- Pensar en quién queremos que sea nuestro cliente y luego utilizar distintas maneras para conocerlo, con la finalidad de entender sus necesidades y comportamientos. Es importante saber por qué compraría nuestro producto, para qué usaría nuestro producto, cómo lo usaría, cuándo lo usaría, para saber que le tenemos qué comunicar.
- Luego de colocar la información correcta en la web es necesario abrirle un espacio a los consumidores para escucharlo, recibir sus opiniones, inquietudes, quejas, reclamos, etc., con el fin de resolverlos o implementar mejoras de manera inmediata.
- Medir, a través de las distintas herramientas que proporcionan las mismas páginas, cada acción que se realiza para definir cuáles son las más efectivas y cuáles son las que no se deben volver a repetir. Lo que se busca con ello es mejorar continuamente el espacio en la web a fin de generar valor para los consumidores.

Fuente: Liliana Alvarado - UPC