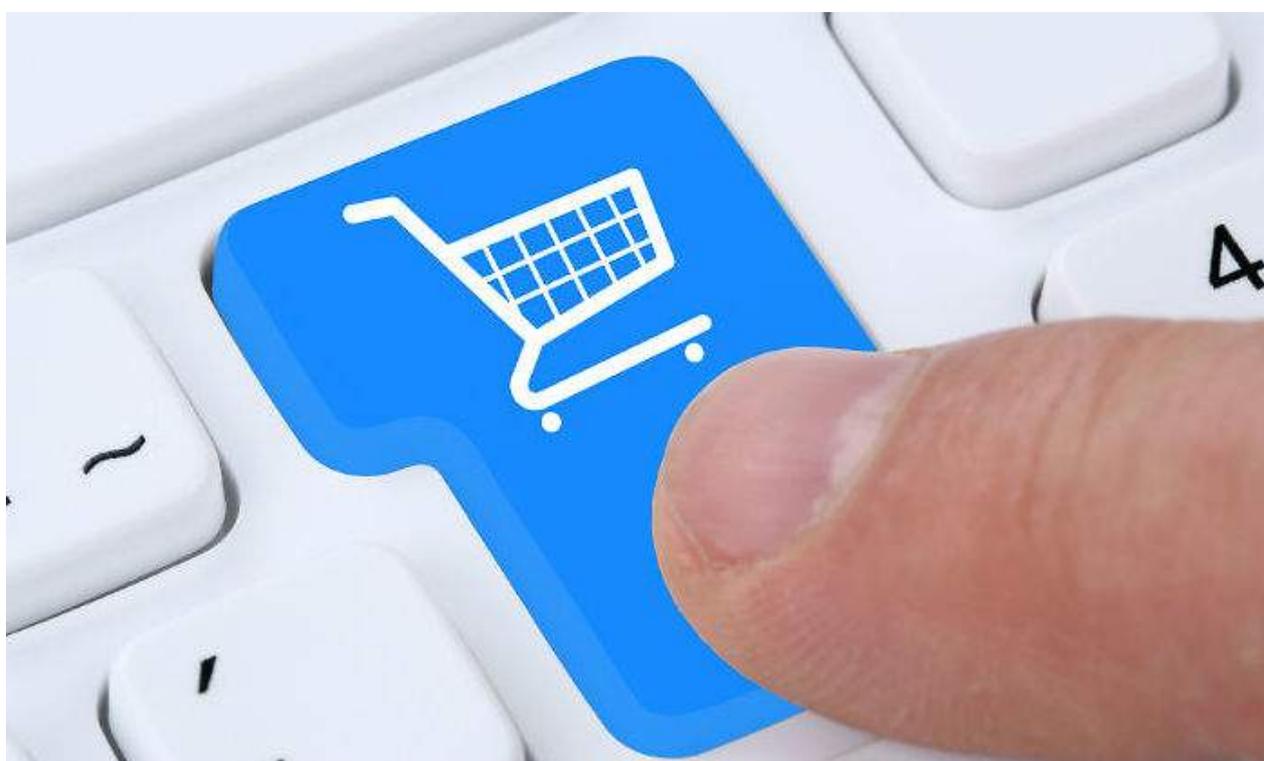


elEconomista.es**elEconomista.es**

close

Pymes y Emprendedores

Claves para crear un negocio online y sobrevivir el primer año



1. elEconomista

12:52 - 11/11/2019

Aunque el objetivo de muchos emprendedores es conseguir financiación para iniciar sus negocios, tanto Guillem Sanz □ fundador de la tienda online de productos para bebés Bebitus y experto en emprendimiento y estrategia empresarial □ como Ferran Abelló □ creador de tiendas online especializadas en productos para mascotas como Petclíc.es, Bypets.es y Petsfarma.es □ han conseguido facturar millones con sus ecommerce partiendo solo de los ahorros que tenían.

Ya sean recursos propios o ajenos, recomiendan ir con cuidado porque el dinero se acaba rápido y la financiación en sí misma no trae ni clientes ni pedidos. En definitiva, lo mejor es tener un negocio que facture bastante, antes de salir a buscar inversores, y

no obsesionarse con el crecimiento a cualquier precio, sino por alcanzar la rentabilidad.

Consejos

Asimismo, Sanz y Abelló ponen de relieve otros consejos destacados para poner en marcha una tienda online desde cero con garantías. El primer paso para crear una tienda online siempre debe analizar, por un lado, si hay demanda para lo que se va a ofrecer y un volumen de negocio suficiente para que la empresa pueda madurar e incluso abarcar otros mercados en el futuro.

En cuanto a la idea de negocio señalan que no siempre tiene que ser totalmente original, ya que también se puede replicar algo que ya esté funcionando en otros canales o incluso en otros países.

Por otro lado, el ecommerce debe ser recurrente, es decir, debe conseguir que los consumidores compren de manera repetida en la tienda online. La captación de nuevos clientes es muy costosa, por lo que se necesita que compren más de una vez ya que esto permite amortizar los costes y tener más margen de beneficio.

El hecho de que haya competencia es bueno, porque significa que es un mercado con un potencial, aunque se debe analizar bien para ofrecer servicios distintos y así conseguir una diferenciación significativa. La clave es tener un producto potente y complementarlo con buenos servicios y atención al cliente.

Para evitar los errores comunes que implica crear una tienda online es fundamental contar con partners expertos. Además, es importante que la plataforma de ecommerce sea lo bastante simple para los proyectos emergentes y a la vez lo bastante compleja para asegurar la escalabilidad del negocio en el futuro.

Finalmente, el marketing digital es la clave para dar visibilidad a la tienda online y a conseguir clientes. Tanto Ferran Abelló como Guillem Sanz coinciden en que la publicidad en buscadores es el principal canal en el que hay que invertir para ampliar la clientela. Pero, sobre todo, es importante tener en cuenta que la mejor publicidad que puede conseguir cualquier tienda online es un cliente satisfecho.

- El comercio electrónico entró tarde en España y ahora somos el cuarto país de Europa
- La facturación del comercio electrónico ha crecido en España un 260% en 5 años

Santander con las pymes



© Copyright Editorial Ecoprensa, S.A.

[Política de Privacidad](#) • [Aviso Legal](#) • [Política de cookies](#) • [Cloud Hosting en Acens](#) • [Ajustes de cookies](#) • [Archivo](#) • [Más leídas](#)