

L'EXPERT

Com posar en marxa un 'ecommerce' i sobreviure més d'un any?


Tenir compradors recurrents, una bona plataforma i fer campanyes de màrqueting digital són algunes de les claus per mantenir una botiga online

per **Guillem Sanz, fundador i exCEO de Bebitus amb la col·laboració de Ferran Abelló, creador de PetClic**

Barcelona.26 de novembre de 2019 05:30



Una persona fa una compra online a través d'un ecommerce | iStock

El **comerç electrònic** ha anat creixent significativament fins arribar a formar part del dia a dia del consumidor. Segons l'estudi anual de l'*ecommerce* a Espanya 2019 de IAB Spain, set de cada 10 **internautes** espanyols compren productes online, és a dir, hi ha 20,3 milions de potencials **compradors** per **internet**. Això, sens dubte, ha contribuït a augmentar la creació de negocis en línia.  Utilitzem 'cookies' pròpies i de tercers per millorar l'experiència de navegació i mostrar-li publicitat i continguts del seu interès. [Més informació](#) per ser un emprenedor d'èxit, a més de tenir una bona idea de negoci, cal

analitzar bé el mercat i saber com funciona la venda online. Posar en marxa una botiga a internet des de zero amb garanties sempre es un gran repte i ho hem debatut amb **Ferran Abelló**, creador de PetClic. Així doncs, us explico cinc consells per iniciar-se a l'*ecommerce* i sobreviure.

Molts projectes no acaben de prendre el vol: un 25% de les noves startups tanquen el primer any i el 90% ho fa en cinc anys

Un model de negoci sostenible

És molt comú considerar que una idea original és el punt de partida de qualsevol projecte d'emprenedoria. No obstant això, per crear una botiga online el primer pas és analitzar, d'una banda, si hi ha demanda d'allò que volem oferir i si té un volum de negoci suficient per a què l'empresa pugui madurar i fins i tot expandir-se a altres mercats en el futur.


D'altra banda, la nostra idea de negoci no sempre ha de ser totalment original, sinó que es pot replicar una cosa que ja funciona en altres canals o països, com va ser el cas de Bebitus, per a la qual ens vam inspirar en una web exitosa dels Estats Units, mentre que Ferran Abelló ja tenia experiència en la distribució de productes per a mascotes. En definitiva, cal analitzar si la idea soluciona un problema real, si ofereix als clients tot el que necessiten en un sol punt i si fomenta la recurrència.

Generar recurrència

El comerç electrònic ha de ser recurrent, és a dir, ha d'aconseguir que els consumidors comprin de manera repetida a la botiga online. La captació de nous clients és molt cara, per la qual cosa es necessita que comprin més d'una vegada ja que això ens permet amortitzar els costos i tenir més marge de benefici.

La captació de nous clients és molt cara, per la qual cosa es necessita que els compradors siguin recurrents

El secret per generar recurrència és posar el consumidor al centre de les decisions i vendre allò que necessita i no el què nosaltres vulguem. D'aquesta

me  Utilitzem 'cookies' pròpies i de tercers per millorar l'experiència de navegació i mostrar-li publicitat i continguts del seu interès. [Més informació](#)

consumidor i s'és honest amb ell, ens recompensa amb compres. Per això, si l'estratègia es basa en l'experiència de compra, la recurrència ve sola i, a més, el client comença a actuar com a prescriptor en el seu entorn.

Qualitat de servei

El fet que hi hagi competència és bo, perquè vol dir que és un mercat amb potencial, tot i que s'ha d'analitzar bé per oferir serveis diferents i així aconseguir una diferenciació significativa. La clau és tenir un producte potent i complementar-lo amb bons serveis i atenció al client.

Més info: La botiga de barri és l'ecommerce' del futur

Normalment tots els *ecommerce* son molt semblants, ja que la gran majoria es basen en oferir un bon assortiment de productes, a un bon preu i amb lliuraments ràpids. És cert que aquesta fórmula funciona, però s'ha de complementar amb els aspectes que els clients valoren més d'acudir a una botiga física, com l'especialització, els consells útils i l'assessorament personalitzat. Al final es tracta d'identificar els punts forts del comerç tradicional i integrar-los en el comerç electrònic.

Un bon ecommerce ha de complementar l'assortiment de productes, un preu raonable i els lliuraments ràpids amb aspectes que els clients valoren d'acudir a una botiga física, com l'especialització, els consells i l'assessorament personalitzat

Aconseguir rendibilitat

Tot i que l'objectiu de molts emprenedors és aconseguir finançament per iniciar els seus negocis, tant Bebitus com PetClic hem aconseguit facturar milions amb els nostres *ecommerce* partint només d'estalvis. Tant si són recursos propis com aliens, cal anar amb compte perquè els diners s'acaben ràpid i, a més, el finançament en si mateix no porta ni clients ni comandes. Per això, cal centrar esforços a fer rendible el negoci per obtenir els recursos necessaris per avançar.



Utilitzem 'cookies' pròpies i de tercers per millorar l'experiència de navegació i mostrar-li publicitat i continguts del seu interès. [Més informació](#)

sense posar en risc les relacions amb els proveïdors, per exemple. En definitiva, el millor és tenir un negoci que facturi, abans de sortir a buscar inversors, i no obsessionar-se amb el creixement a qualsevol preu, sinó per assolir la rendibilitat.

Una bona plataforma i màrqueting digital

Per evitar els errors comuns que implica crear una botiga online és fonamental comptar amb *partners* experts. Proveïdors web per assegurar una experiència i atenció al client impecables i plataformes de comerç electrònic que ofereixen una instal·lació ràpida i assequible, són bàsics. També un *back-end* complet i una gran varietat de mòduls (promocions, programes de fidelització, accions de *upselling* i *crossselling*, etc.).

Finalment, el màrqueting digital és la clau per donar visibilitat a la botiga online i aconseguir clients. La nostra conclusió coincideix en què la publicitat en cercadors és el principal canal on cal invertir per ampliar els clients. Però, sobretot, és important tenir en compte que la millor publicitat que pot aconseguir qualsevol botiga online és un client satisfet.



Proposa una pregunta als
nostres experts

MÉS INFORMACIÓ

AVUI ET DESTAQUEM

🍪 Utilitzem 'cookies' pròpies i de tercers per millorar l'experiència de navegació i mostrar-li publicitat i continguts del seu interès. [Més informació](#) [Acceptar](#)