

¿Está listo su producto para comercializarse por Internet?

Por Roxana Bassi

En los últimos tiempos se han dado a conocer muchos emprendimientos exitosos de venta electrónica por Internet. Sin embargo, no todo producto (o empresa) puede venderse con éxito a través de la Red, como dan cuenta los también cuantiosos fracasos de E-Commerce . Si usted pensaba comercializar su producto o servicio por vía digital, a continuación le brindamos algunos parámetros para analizar antes de comenzar con su proyecto, de modo de analizar sus posibilidades de éxito.

Para poder comenzar con el proyecto de e-commerce, debe primero analizar algunos factores relacionados con su industria, su mercado, sus clientes destino, y algunos factores directamente relacionados con el producto, como la competencia, precio y distribución.

Focalize su mente en su producto o servicio, y pruebe a hacerse las siguientes preguntas:

Target

Para comenzar, piense en las personas destinatarias de su producto o servicio: el *target*. Si es un producto nuevo, determine previamente quienes podrían estar interesados. Luego analice:

- 1) **Demografía y Psicografía:** ¿Se trata de individuos que ya están conectados a Internet? Analice factores de edad, sexo, profesión, nivel adquisitivo, ubicación geográfica, fanatismo por la utilización de la tecnología, etc. Cuanto más se aproxime su target al perfil de usuarios de Internet, mayor es la probabilidad de éxito si su producto es masivo. Puede encontrar un excelente análisis del perfil de los usuarios mundiales de Internet en el estudio semestral efectuado por Georgia Tech Research <http://www.gvu.georgiatech.edu>.
- 2) **Grupos de interés:** si su producto apunta a un grupo muy concreto de personas de todo el mundo que comparten una afición o hobby, Internet puede ser un excelente medio de llegar a ellos a través de los grupos de interés y otros medios que tienden a agrupar a las personas en base a sus intereses.

- 3) **Fin del comprador:** Piense en cuál es el fin del usuario al comprar su producto ¿Es la comodidad, el precio, la novedad, el hecho de que no está disponible en su país o ciudad? Internet ofrece la ventaja de llegar a todo el mundo muy fácilmente, y los usuarios de la Red son en general fanáticos de las novedades. También, la red puede usarse para vender productos que en la vida real estén prohibidos en alguna región, y productos que se requieran la anonimidad del comprador (por ejemplo sexo, juego, literatura, etc)

Producto o Servicio

Analice los siguientes aspectos del producto o servicio que usted quiere vender por Internet:

- 4) **Características:** Cuales son las características de su producto/servicio ¿Es tangible (físico) o virtual (servicio)? Piense que los productos que requieran ser tocados o probados (ropa, cosméticos) tienen pocas posibilidades de éxito. ¿El proceso de selección y compra, es complejo o simple? Los productos que requieran el asesoramiento de un experto pueden no venderse fácilmente en la Red. ¿Su producto es único, novedoso, escaso o es un commodity? Los productos conocidos y clasificables (CDs, software, acciones de bolsa) pueden venderse más fácilmente. ¿Es un producto relacionado con la computación o tecnología? Los usuarios de Internet son ávidos compradores de estos productos.
- 5) **Competencia y precio:** Piense que la Internet ofrece alcance global, si su producto es local o no puede distribuirse en forma rápida o económica, no tiene mucho mercado. ¿Su producto es muy caro o muy barato? Puede que no tenga éxito en la Internet: quienes compran productos caros querrán comprarlos personalmente (por ejemplo un auto o una joya), y si es muy barato los costos de la transacción o el envío pueden ser demasiados. Idealmente deberá tratarse de productos de costo medio, y cuyo precio no se vea encarecido demasiado con el envío postal.

Empresa

No todas las empresas están listas para comenzar con un proyecto de e-commerce. Piense en los siguiente acerca de la suya:

- 6) **Branding:** si su empresa y/o marca es reconocida y respetada en la vida real, tiene más chances de tener éxito en el mundo digital. En la Red, los dominios de empresas conocidas en la vida diaria tiene muchas más chances de generar la confianza

necesaria para concretar la compra, especialmente con toda la desconfianza actual con respecto al fraude con tarjetas de crédito. Hacerse un nombre en el mundo digital no es fácil, pero demandará mayores esfuerzos (fíjese el éxito de la librería Amazon, que no existe en el mundo real).

- 7) **Promoción:** ¿Puede utilizar los medios tradicionales de promoción y publicidad, pero agregando el valor de Internet? Si usted ya tiene un presupuesto de publicidad, debe aprovecharlo para llevar mas visitantes a su sitio de venta electrónica. No debe olvidarse de colocar su URL en folletos, papelería, tarjetas personales y publicidades, y darse a conocer por todos los medios posibles (excepto el envío masivo de mensajes no solicitados, por favor).
- 8) **Costos de estructura:** ¿Internet le ofrece alguna forma de reducir sus costos de estructura, producción o comercialización? Por ejemplo, esto sucede con el home-banking y la venta de informes por la Web, donde los costos por vía digital son ínfimos comparados con los equivalentes en papel o teléfono. Si es así, el proyecto puede justificarse fácilmente y obtener resultados rápidos.

Esto no son todos los aspectos que deberá analizar para su proyecto, pero al menos constituyen una base de la que partir para comenzar su conquista del ,mercado digital. Suerte!