

## ESTRATEGIAS DE MERCADEO EN LÍNEA Consejos para tener un sitio exitoso

No siempre usar lo último en tecnología es lo más indicado para triunfar en la red. Piense siempre en sus visitantes y mantenga una buena interacción con ellos.

Por Álvaro MENDOZA V. \*

La gran mayoría de sitios web de pequeñas y medianas empresas existe por una sola razón: generar y hacer crecer sus ingresos. Sin embargo, son más las compañías que fracasan en el intento que aquellas que triunfan.

¿A qué se deben tantos fracasos? A errores frecuentes que pudieron ser evitados a tiempo, que son costosos y en ocasiones generan daños irreversibles.

A partir de la experiencia del sitio especializado Mercadeo Global (<http://MercadeoGlobal.com>) y de los artículos "Los siete pecados capitales", de Jim Daniels, y "10 Internet marketing blunders" (10 disparates de mercadeo en Internet), de Internet Marketing Chronicles, la sección Computadores ofrece a sus lectores un catálogo de estrategias para evitar a toda costa cometer los errores que llevan al fracaso de los sitios web.

Sin duda existen muchísimos más errores de mercadeo en Internet, pero los que se mencionan a continuación le proporcionarán un buen punto de partida para trabajar.

Concéntrese en prevenir estos errores y sus proyectos en Internet serán más exitosos. Recuerde: el 80 por ciento de los problemas se debe al 20 por ciento de las causas.

### **Información valiosa y gratuita**

Los mejores sitios web ofrecen material valioso y asistencia de calidad. En la red es un hecho que quienes comparten información valiosa con sus visitantes tienen mayores probabilidades de mantenerlos en sus páginas.

### **Tenga un dominio propio**

Su propio nombre de dominio es una inversión que le da la credibilidad que los visitantes buscan en un sitio

web de carácter comercial.

## **Página de entrada liviana**

Una página con más de 40 kilobytes (incluidas las imágenes) tarda eternidades en cargar. Los visitantes no esperarán tanto tiempo. Trate de mantener las páginas lo menos pesadas posible, en especial la página principal (homepage).

## **Alternativas para pagar**

Todo sitio web comercial debe ofrecer variedad de formas de pago y la opción de transacciones seguras mediante tarjeta de crédito.

Por otra parte, asegúrese de que cada producto o servicio tenga el enlace respectivo a una orden de compra que pueda ser impresa y luego enviada por correo o por fax.

Se sorprenderá al saber cuánta gente prefiere algunas opciones específicas de compra y no gasta un solo peso si usted no satisface sus necesidades.

## **Boletines electrónicos gratuitos**

Si usted no tiene una lista de distribución de correo electrónico (por suscripción voluntaria) para mantener contacto con sus visitantes y posibles clientes, está desperdiciando tiempo y dinero.

Las cosas son así de sencillas: la gente compra a las personas que conoce y en quienes confía. Y no hay nada en la red que le permita generar esa confianza como una publicación electrónica en la que usted pueda mostrar a sus receptores que es bueno en lo que hace.

Un boletín electrónico le permitirá estar en contacto con su audiencia y mantenerla actualizada en sus productos y servicios.

[Para ampliar: <http://BoletinesElectronicos.com> ]

## **Enlaces y direcciones**

## de correo

Siempre debe facilitar la navegación interna de su sitio web y entregarle al visitante los datos de contacto para solicitar información adicional.

Estos dos puntos son de vital importancia para la eficacia de cualquier sitio web. De ser posible, incluya un mapa de su sitio y asegúrese de que la navegación sea lo más sencilla posible.

## Navegadores viejos

No todos los clientes potenciales tienen instaladas las últimas versiones de los programas de navegación en sus computadores. Por eso, diseñe siempre su sitio teniendo en mente al usuario común y corriente, y no suponga que todos están usando la última tecnología disponible.

## Cuidado con el hospedaje

¿Su proveedor de hospedaje le ofrece todas las herramientas requeridas para un sitio web comercial? ¿Le ofrece correos electrónicos ilimitados, alias, sistemas de autorrespuesta, carrito de compras, un panel de control para administrar su sitio web en forma remota, soporte técnico las 24 horas del día (todos los días del año), su propio directorio CGI y reportes estadísticos, entre otros?

## No abuse de la tecnología

La tarea principal de un sitio web comercial es vender productos o servicios, por lo que cualquier cosa que lo aleje de este objetivo (sobrecarga de gráficas, Java, música, empleo de última tecnología) deberá ser considerada como indeseable.

A no ser que usted sea un diseñador gráfico, las imágenes que tardan eternidades en cargar no le van a ayudar a vender. Lo mismo ocurre con las aplicaciones Java y con aditamentos (plug-ins) populares.

¿Sonido, música? No, a no ser que esté vendiendo música.

## ¿Qué piensan sus visitantes?

Una de las cosas que con mayor frecuencia se olvida es que es a los visitantes a quienes tiene que gustarles lo que ven. El resto poco importa.

Se sorprenderá de lo valiosa que es la retroalimentación que sus visitantes le dan si la solicita. Recuerde que ellos son sus clientes potenciales, son quienes compran sus productos o servicios.

## **Comunicaciones eficientes**

Las comunicaciones con sus clientes potenciales y clientes actuales son de radical importancia en sus labores de mercadeo.

Dado que en la mayoría de las ocasiones no conocerá personalmente a sus clientes, necesitará aprender a explotar al máximo las ventajas comerciales del correo electrónico.

Todos los días se recibe correo electrónico de personas que quieren hacer algún negocio o establecer una alianza comercial. Muchos de estos mensajes parecen escritos por un niño: horrores de ortografía, errores gramaticales, formatos pobres, difíciles de leer, etcétera.

Utilice un buen programa de correo electrónico, revise siempre la ortografía. La primera impresión es la que cuenta, pues nunca habrá una segunda oportunidad de dar una buena primera impresión.

Por otra parte, acostúmbrese a contestar los mensajes de correo electrónico siempre, y en lo posible dentro de las primeras 24 horas de haberlo recibido. Este pequeño detalle hará una gran diferencia ante los ojos de sus clientes potenciales.

## **El tiempo es oro**

No gaste tiempo buscando estrategias efectivas de mercadeo; inviértalo aplicándolas.

Existe un mito en Internet que dice que para poder tener éxito en la red hay que estar en los primeros lugares de los motores de búsqueda. Como resultado, mucha gente gasta demasiado tiempo tratando de lograr ubicarse allí,

y descuida otras actividades promocionales tanto o más importantes.

## **Que respondan por usted**

Imagínese un sistema que envía información instantánea a sus clientes potenciales y le permite hacerles seguimiento automatizado en los siguientes días, semanas y meses.

Lo anterior le permitirá gestionar eficazmente su tiempo, su dinero y sus esfuerzos de mercadeo en Internet. Además, le permitirá mantenerse organizado y ganar dinero.

Por medio de los sistemas de autorrespuesta de correo electrónico, usted puede enviar en forma instantánea listas de precios actualizadas, relación de productos y servicios o cualquier otro tipo de información que quiera distribuir.

Todo lo que se pueda hacer para automatizar las labores diarias hará que las mismas sean más eficaces.

## **No mande basura por correo**

Es muy común, en especial entre novatos, pensar que el envío masivo de correo electrónico no solicitado es una estrategia efectiva de mercadeo.

Nada más lejano de la realidad. El uso del spam es la mejor manera de hacer fracasar su negocio. Desafortunadamente, muchos no lo creen hasta que no lo viven por experiencia propia.

No hay razón válida para usar el spam como estrategia de mercadeo en Internet. Lo mismo aplica para publicaciones en foros o grupos de noticias. Colocar avisos en grupos a los que no corresponde es equivalente a hacer spam y también es visto con malos ojos por la comunidad de navegantes de la red. Su reputación está primero y la forma más fácil de arruinarla es usando el spam.

## **Planes de mercadeo**

Así tenga el mejor producto sobre la faz de la Tierra jamás lo venderá si no lo da a conocer. Sin promoción no tendrá clientes potenciales, y sin clientes potenciales no habrá ventas.

Primero, debe asegurarse de desarrollar un modelo de negocio rentable. Hasta tanto no pruebe que tiene un producto o servicio que sea viable y que tenga un modelo que genere utilidad, todo lo demás es prematuro. No pierda tiempo promocionando 'a ciegas'.

Una vez que haya determinado que su modelo de negocio funciona, invierta todo su tiempo promocionándolo.

## **El potencial de Internet**

Internet es una herramienta de comunicación, fue creada con este propósito y usted podrá sacarle máximo provecho si la utiliza como tal. Nunca antes había sido tan sencillo y tan económico para una empresa tener a su alcance a su mercado potencial.

Use el poder del Internet para llegar a millones de consumidores del mundo. Luego, utilice este mismo medio para proveer un servicio al cliente que antes era imposible de dar.

Use Internet para recoger información, analizar su competencia, comunicarse y compartir recursos con otros.

.....

\* **Álvaro Mendoza V.** es consultor en comercio electrónico y autor de los libros *Mercadeo & Internet - ¿Tratando de reinventar el mercadeo en la red?*

<http://MERCADEOenINTERNET.com> y El poder de los boletines de correo electrónico.

<http://BoletinesElectronicos.com>