

VENTAJAS DE VENDER POR INTERNET

El comercio electrónico (e-commerce) es una moderna forma de comercializar bienes y servicios mediante la utilización de la informática y las telecomunicaciones, en especial mediante el aprovechamiento de las ventajas que ofrece Internet. Evidentemente las características de esta red y de sus tecnologías asociadas ha causado la masificación del comercio electrónico, especialmente el asociado al consumidor final (Business-to-Consumer, o BtoC); la ubicuidad de la red de redes, las capacidades multimedia de las tecnologías asociadas a Internet y la facilidad de uso de las mismas, permiten a muchos negocios poder hacer llegar su oferta a millones de potenciales consumidores, quienes pueden navegar, buscando y seleccionando los servicios o productos que deseen adquirir de entre los miles de sitios de ventas que existen en la actualidad.

En el comercio electrónico, su cliente (que puede ser un consumidor u otra empresa), puede ver y recorrer su catálogo de productos -con información escrita, fotos, videos, gráficos, etc.- a través de páginas web, seleccionar los artículos que desea adquirir y enviar la orden de pedido directamente a su empresa, donde usted la puede recibir automáticamente, por ejemplo, a través de un mensaje de correo electrónico.

¿POR QUÉ VENDER POR INTERNET?

El comercio electrónico es un recurso útil para reforzar o complementar los canales tradicionales de venta que tiene una empresa y que permite entre otras cosas posicionar al "negocio" en un lugar importante dentro del mercado, proyectarlo a nivel local, nacional e internacional, optimizar operaciones, realizar ventas en línea y brindar un mejor servicio a los clientes.

Cualquier empresa, comercio o negocio en general puede vender sus productos o servicios en una tienda virtual. Actualmente se venden billetes de avión, libros, artículos de primera necesidad, ordenadores, o incluso coches, utilizando Internet. El crecimiento de este tipo de comercio es lento, pero constante en su avance. Tener una tienda virtual está ya pasando de ser una forma de diferenciarse a ser un servicio que muy pocos pueden permitirse no tener.

ALGUNAS VENTAJAS DE VENDER POR INTERNET

Las siguientes son sólo algunas de las ventajas de vender productos y servicios por Internet:

- Eliminar intermediarios: su PyME puede eliminar intermediarios, y vender directamente al público. Esto disminuye costos tanto para el vendedor como para el comprador y permite a empresas productoras que generalmente no podían, tener acceso directo a las clientes finales de sus productos o servicios.
- Disponibilidad 24/365: sus clientes pueden consultar su catálogo y realizar pedidos, en cualquier horario del día, los 365 días del año.
- Cada día más clientes: el número de usuarios de Internet, crece a un ritmo impresionante (ver ALGUNOS NÚMEROS). Ello significa que sus posibles clientes aumentarán al ritmo del crecimiento de Internet.
- Existencias ilimitadas: su comercio puede trabajar con una existencia reducida de productos y en algunos casos sin existencias, y producirlos en el momento o adquirirlos a su proveedor de acuerdo a las ventas efectuadas.
- Vender en nuevos mercados: las páginas de Internet pueden ser recorridas desde cualquier lugar del mundo. Usted quizás pueda ingresar sus productos y servicios en nuevos mercados.
- Nuevos contactos: permite desarrollar nuevas relaciones comerciales.
- Mejor atención a los clientes: mejorar los servicios de atención a sus clientes incrementando el número de canales disponibles para la comunicación con la empresa.
- Menores costos de venta: no necesita gran cantidad de empleados para hacer el proceso de venta y solo unos pocos para el procesamiento de pedidos.

- Menores costos de promoción: permite reducir costos en la promoción e implantación de sus productos.
- Mayor prestigio y diferenciación: como existen hoy en día sólo algunas empresas que ofrecen sus productos y servicios a través de Internet, tener una tienda virtual aumenta en cierta forma el prestigio y el reconocimiento de su empresa.
- Mayor y mejor información: facilita a la empresa tener disponible para los clientes mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece.
- Canal de venta adicional: una tienda virtual le permite acceder a un nuevo canal de venta complementario a un costo relativamente bajo.
- Productos raros o autóctonos: es un medio ideal para comercializar productos raros o difíciles de acceder por ser producidos en otras zonas.
- Zonas de difícil acceso: permite que la información sobre los productos y servicios llegue a zonas de más difícil acceso terrestre como las zonas rurales.
- Mayor comodidad: la compra por Internet supone para el comprador una mayor comodidad tanto en la elección y comparación -le permite pasar de un lugar a otro instantáneamente- como en el pago de los productos o servicios. Por ejemplo, el hecho de no tener que esperar en la cola de un supermercado o centro comercial.

SITIO PROPIO VS. SHOPPING VIRTUAL

Las principales diferencias entre tener un sitio propio de ventas para una empresa y formar parte de un sitio mayor que reúne varias empresas son:

- En un shopping virtual, los costos de desarrollo y mantenimiento se reparten entre todas las empresas que participan.
- Un sitio propio requiere de personal idóneo dentro de la empresa o en estrecha relación con la misma.
- Un sitio propio requiere de su propio plan de promoción o difusión.
- Por un sitio que reúne a varias empresas generalmente circula mayor cantidad de personas por lo que aumenta la posibilidad de que vean sus productos o servicios.
- Existen empresas que por su tamaño y volumen de ventas no pueden afrontar el desarrollo de un sitio completo, por lo que les resulta conveniente ser partes de un shopping virtual.
- Generalmente se utilizan en primera instancia los shoppings virtuales para buscar productos o servicios por la posibilidad de encontrar mayor variedad y precios.

Aunque existen algunas ventajas en el hecho de tener un sitio propio para realizar comercio electrónico, en especial el hecho del prestigio y la diferenciación, creemos que las desventajas son aún mayores -principalmente en el caso de las pequeñas y medianas empresas-, por lo que aconsejamos que este tipo de empresas ofrezcan sus productos y servicios en sitios tipo shopping virtuales. Una segunda alternativa sería el desarrollo de un pequeño sitio institucional que reúna información detallada sobre la empresa, relacionado con uno de tipo shopping que se encargue de toda la gestión de ventas de productos y servicios.

ALGUNOS NÚMEROS

Las siguientes son algunas encuestas realizadas por la Consultora D'Alessio IROL (www.dalessio.com.ar) en la Argentina y que pueden ayudarnos a conocer mejor sobre los usos y costumbres de la gente que utiliza Internet y por qué es cada día más conveniente tener una tienda virtual.

- Cantidad de Usuarios de Internet en Argentina por año



- 3.900.000 usuarios equivale a:
 - 2 veces la audiencia total de AM.
 - 39 puntos de rating.
 - 2 veces la cantidad total de lectores de diarios.

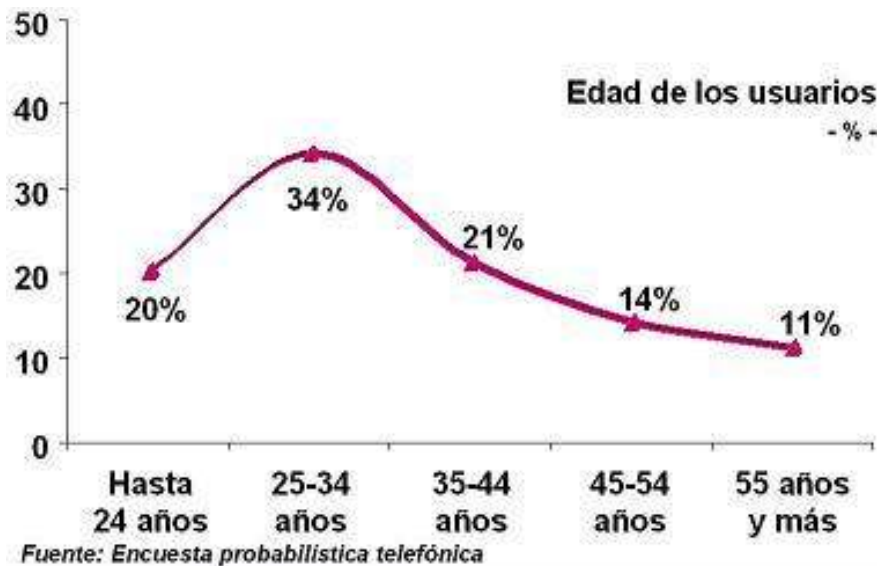
- En este último año ¿Está conectado a Internet...?

- Más: 66% de los usuarios
- Igual: 29% de los usuarios.
- Menos: 5% de los usuarios.

- Acceso por nivel socioeconómico (por cada 10 personas)

- ABC1: 8
- C2: 6
- C3: 4
- D: 1

- Edad de los Usuarios de Internet en Argentina



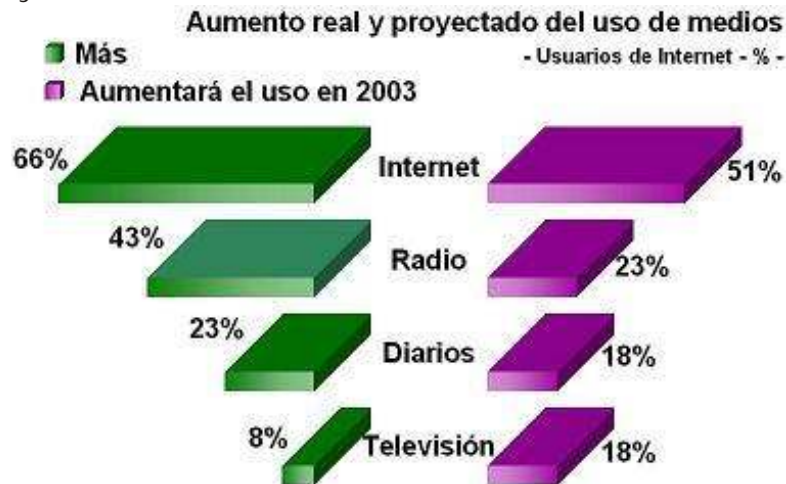
Fuente: D'Alessio IROL

El 80% de los usuarios son mayores de 24 años.

- ¿Dónde creció más el uso de Internet?

- Interior del país -> se duplicó
- AMBA -> se mantuvo

- Aumento real y proyectado del uso de los medios



Fuente: Encuesta probabilística online

Fuente: D'Alessio IROL

- Influencia de Internet en la forma de comprar

¿Cambió Internet su forma de comprar?

- Nivel Socioeconómico - % -

	Total	ABC1	C2	C3	D
Si	24	25	23	25	26
No	72	71	69	74	74
Otras	4	4	8	1	--

Produce cambios en una cuarta parte de los usuarios

	Total	Principal cambio	%
Si	24	Compara	51%
No	72	Visita los sites	29%
Otras	4	Opera/compra online	18%
		Otras	2%

Información - Libertad - Posibilidad de comparación

Fuente: Encuesta probabilística online

Fuente: D'Alessio IROL

- Conclusiones: algunas conclusiones sobre Internet a que arribaron utilizando estas y otras encuestas son:

- No es una moda.
- Es una poderosa herramienta de comercialización, interactividad, promoción y venta.
- Es un mercado en crecimiento - muy alto alcance en sectores de alto poder adquisitivo.
- Ofrece espacio para crear nuevas estrategias de comercialización tanto en, como fuera de línea.