



GESTIÓN

5 claves para triunfar en un e-commerce

POR REME NAVARRO, LICENCIADA EN FARMACIA Y EN NUTRICIÓN Y DIETÉTICA.
COFUNDADORA DE MIFARMA Y DIRECTORA DE DESARROLLO DE NEGOCIO DE ATIDA
EN EL SUR DE EUROPA



El comercio electrónico sigue siendo el rey de internet, y España ha sido uno de los países líderes en ventas. Todo esto ha sido propiciado por la comodidad que supone 'comprar desde casa' y en línea. La demanda de los dispositivos electrónicos y el acceso a internet han permitido una gran conectividad y acceso a una amplia cartera de productos, pasando por ropa, belleza, alimentación... Y, como no, parafarmacia. Las empresas han sabido sacarle provecho a esta permanente moda y hacer un análisis al consumidor con el fin de mejorar sus servicios y adaptar nuevos. Pero ojo, no es tan sencillo como parece crear un e-commerce y que tenga visitas.

¿Qué es un e-commerce?

Antes de dar algunos de los consejos para que tu farmacia *online* sea un éxito, debes saber de qué se trata. Es una plataforma en línea, un comercio virtual que permite a las empresas vender sus productos y servicios a través de internet. Todo ello supone tener una web fácil de navegar y atractiva, ofrecer descripción de productos, tener stock, envío y atención al cliente satisfactorio, transacciones de pago de forma segura, equipo cualificado, redes sociales para hacer publicidad y un largo etcétera. Estas son las claves para que tu *e-commerce* triunfe:

1. Análisis interno y externo

Para saber a dónde queremos llegar, primero tenemos que saber dónde estamos y cómo estamos. Este es el paso inicial, nuestra salida. Se trata de hacer una evaluación completa. Lo dividiremos en dos apartados: análisis interno y externo.

- **Análisis interno:** consiste en analizar nuestra farmacia en relación a la situación económica, personal, recursos disponibles, productos, servicio que ofrecemos, presencia en redes sociales, publicidad y posicionamiento SEO (*search engine optimization*). Todos estos datos nos permitirán hacer un estudio DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas, Oportunidades) para conocer la situación interna de la empresa y conocer sus fortalezas y debilidades e identificar las amenazas y oportunidades del mercado.
- **Análisis externo:** donde se estudia a la competencia para poder hacer comparaciones con nuestra farmacia (qué vende, cómo lo hace, público objetivo, redes sociales, campañas, etc.) y, de esta manera, plantear mejores estrategias.

2. Web fácil de navegar y llamativa

Un diseño atractivo y fácil de usar es imprescindible para que funcione. Se deben crear menús despegables que faciliten al usuario encontrar lo que busca. La mayoría de las veces las páginas más buscadas son las que están en categorías y subcategorías. Habrá que enseñar muy bien el producto si quieres venderlo. Un aspecto fundamental en cualquier *e-commerce* es crear fichas de productos con una descripción detallada que nos mejore el SEO, así como una buena imagen.

En este sentido, el trabajo de un diseñador gráfico es innegociable, ya que habrá que diseñar un estilo, fuentes fáciles de leer, colores que combinen, armonía en toda la web... Además de todo esto, debe incluir botones con llamadas a la acción para que el usuario haga click en ellas, como por ejemplo 'DESCUENTOS', 'COMPRAR', 'VER MÁS' o habilitar un chat para hablar con un agente. Por último, es interesante incluir un apartado de blog donde escribir *posts* para posicionarse mejor en los buscadores de Google: así, los clientes potenciales nos encontrarán más fácilmente y esto supondrá mayores ventas.

3. Presencia en redes sociales y acciones de marketing novedosas

Para tener tráfico hacia la web hay que implementar estrategias de marketing digital, con contenido de calidad, utilizando publicidad e invirtiendo en acciones. Las redes sociales permiten ser un canal de venta, nos ayudan a atraer al público objetivo, a crear una comunidad y a que estén informados de cualquier novedad de la web; ya sean descuentos, promociones o nuevos servicios. Pero no sirve cualquier publicación, sino que debe ser original y que resulte interesante para la audiencia.

Hoy en día, Instagram y Tik Tok son dos redes ideales para que las marcas sean más visibles. Incluso nos permite añadir links específicos de productos para redirigir directamente. Tanto la publicidad como las colaboraciones con *influencers* o sorteos son grandes recursos para hacerse ver en redes. Y lo mejor de todo es que, con muy poco dinero, podemos llegar a una gran audiencia. Por último, hay que tratar de innovar, de ser los primeros en algo. Al haber tanta competencia, hay que diferenciarse del resto. Apuesta por un *branding* original, memorable y con voz de marca.

4. Buen servicio de envío, pagos y atención al cliente personalizada

Un cliente insatisfecho nunca volverá a comprar. Desde el momento en el que acceden a la web, pasando por el proceso de compra, hasta la entrega del producto, debe estar garantizado. Una de las grandes claves es ofrecer un buen servicio, y aquí influyen varios procesos:

- **Diferentes formas de pago:** tarjeta de crédito/débito, bizum, contrarrembolso, PayPal. El cliente debe tener distintas posibilidades para efectuar el pago y, así, escoger la que le re-

sulte más cómoda y le dé mayor confianza.

- **Atención personalizada al cliente:** este soporte ayudará a resolver problemas, a ofrecer un servicio preventa y posventa y a fidelizar con ellos. Es un plus de seguridad.
- **Inventario:** lo más sencillo es disponer de un buen software que haga todo el trabajo por nosotros. Una vez que esté todo el stock catalogado, el siguiente paso es llevar un control de los pedidos (unidades, precio, datos de entrega, envíos...).
- **Procesos bien definidos:** el éxito de un negocio depende, en gran parte, del proceso de venta. En este punto habrá que seleccionar bien a los proveedores, optimizar costes y stock para tener mayor ganancia.

No hay que pasar por alto el planificar bien la logística para que los clientes estén satisfechos, una correcta gestión administrativa y/o invertir en recursos para crecer.

5. Equipo multidisciplinar

Un punto fuerte para que un negocio online triunfe, y de hecho cualquier negocio, es contar con un equipo multidisciplinar para crecer delegando en el equipo. Algunos consejos son:

- Seleccionar con cuidado a las personas adecuadas para cada puesto.
- Definir las zonas de trabajo (taller, almacén, oficinas, zonas de descanso...) para un desarrollo más eficaz y un buen ambiente de trabajo.
- Comunicación con el equipo, saber escuchar, recopilar todo el *feedback* posible (opinión de los trabajadores y clientes) para ejecutar cambios y mejoras.
- Fomentar la confianza y autonomía para tener nuevas ideas, ser más creativos, reconocer el trabajo bien hecho mediante pequeñas acciones o eventos.

Conclusión

Todos los puntos anteriores son algunas de las claves que deberás tener en cuenta si deseas montar una farmacia online. Si has llegado hasta aquí con esa idea, enhorabuena, es tu momento. Solo recuerda que, a pesar de las horas de trabajo, esfuerzo y constancia que supone, uno de los mejores modelos de negocio actualmente es ese híbrido entre farmacia física y *online*. +

Sección coordinada por Juan Carlos Serra