

ENTREVISTA A ANA IBAÑEZ DE JUNNA BRANDING HA ABIERTO SU PROPIA TIENDA DE E-COMMERCE

Ana, como especialista en marketing y estrategia digital, y experta en branding, pero también como titular de una nueva tienda online para la venta de productos textiles y complementos de producción artesanal y ecológica.

1. Ana, como experta en branding y desarrollo de proyectos webs, ¿qué ventajas puedes destacar de internet para la promoción y la venta de productos y servicios?

Disponer de un proyecto web coherente con nuestros servicios/productos, nos permite dar a conocer nuestra marca, posicionarla, ofrecer una imagen profesional y de confianza para nuestros negocio.

Internet nos permite tener presencia, llegar a millones de personas ubicadas en las diferentes partes del mundo, a la vez que nos permite segmentar los usuarios a los cuales queremos dirigir nuestros productos y servicios.

La presencia que nos brinda, pasa por mostrar nuestro proyecto web no sólo en cualquier parte, sino también en cualquier momento: visibilidad las 24h, los 365 días del año.

La inversión, es inferior al hecho de tener una tienda física (local, personal...), ya que con un ordenador e internet, puedes disponer de tu proyecto online, ofreciendo una gama amplia de productos si se diera el caso, sin tener que contar con un gran almacén, únicamente, trabajando la gestión con los proveedores de acuerdo a las necesidades de mercado. Flexibilidad en nuestros horarios y ahorro de tiempo.

Comunicación fácil y directa. El consumidor accede a nuestra información de una manera rápida y puede contactar directamente con nosotros a través de email, chat, etc... Una comunicación en la que el feedback entre vendedor y comprador puede aportar y formar parte en la consecución de nuestro negocio. (comunicación 3.0)

Por último, contamos con herramientas que nos permiten medir esta interacción con el usuario, de manera que gracias a los resultados, podemos reconducir y mejorar nuestras ventas para atender de una manera más real a las necesidades del usuario.





¿Y en el caso de los productos intelectuales? Un sistema de comercio electrónico para vender libros, fotografías, música, moda o artesanía, ¿qué posibilidades genera? ¿Puede tener un coste asequible para los autores? ¿Necesitan tener conocimientos sobre nuevas tecnologías?

En el caso del comercio electrónico de productos intelectuales como los citados, las posibilidades son las mencionadas en la pregunta anterior; marca, visibilidad, ahorro de costes y tiempos, comunicación directa con nuestros compradores, etc... un mundo de posibilidades que colocan nuestro producto al alcance de clientes potenciales que día a día visitan y compran de manera exponencial a través de la red.

Realizar una página web con comercio electrónico, varía con respecto a las necesidades de cada proyecto. El primer paso es sentar las bases de nuestra marca, pasando por el tipo de producto, sus características, variedad, público objetivo al que dirigirlo, etc... un serie de puntos que hay que establecer antes de emprender un proyecto online, para posteriormente, trabajar sobre la plataforma más adecuada para cada caso.

Hoy en día, existen plataformas muy bien preparadas para ofrecer este tipo de servicios, y los costes de las mismas han bajado mucho con respecto a hace unos años, cuando se trabajaban páginas a medida con programación desde cero. Este tipo de plataformas, además, facilitan una gestión autónoma, ofreciendo herramientas de fácil manejo, que junto con una formación y manual explicativo, cualquier persona sin conocimiento sobre nuevas tecnologías, puede gestionar su propio proyecto de e-commerce (comercio electrónico).

El marketing será imprescindible, que te conozcan y conozcan tus productos, ¿por dónde empezar a darse a conocer?

La base para darse a conocer, parte de tu marca, de cómo está trabajado el branding de la empresa.

Una vez tienes esta base bien estructurada, segmentación de mercado, público objetivo, declaración de posicionamiento, nombre, mensaje y diseño del logotipo (etapas de creación y diseño de marca), pasaríamos a la tercera etapa, implantación y control, dónde trabajaremos la comunicación, entre otras herramientas y la que aquí nos ocupa, la página web; herramienta de marketing online para comenzar a darnos a conocer. Unido a ello será importante trabajar las redes sociales, seleccionando la más adecuada para cada tipo de negocio, blogs con contenido de calidad, trabajo de posicionamiento SEO, SEM y nunca olvidarse del marketing offline, a través de soportes físicos y medios tradicionales.

Por último, como experta en la gestión de sitios web, y en tu opinión, ¿qué pasos son imprescindibles para tener una adecuada protección en la red y además que la tienda online cumpla con la legalidad?

Para tener una adecuada protección en la red, hay una serie de obligaciones como la Ley de comercio electrónico LSSI, a través de la cual debemos publicar el nombre de la empresa o individuo, domicilio social de la empresa, e-mail, NIF o CIF, aviso legal y condiciones. Además la LOPD obliga a todas las empresas que dispongan de datos personales de terceros a darse de alta en Agencia de Protección de Datos. Ahora bien, para una tienda online existen diferentes niveles:

- Nivel básico: Si solo pides datos básicos (nombre, dirección, teléfono, e-mail)
- Nivel medio: Si además pides datos bancarios o de la tarjeta.

Si utilizas métodos de pago como PayPal o el TPV de Servired o 4B no hará falta que cumplas con el nivel medio (ellos son los que se quedan los datos bancarios, no tú), pero si manejas datos de tarjeta, cuidado, porque puedes incumplir con esta ley.

Importante de cara a la protección de las obras, es que las imágenes que subamos a la web, tengan una marca de agua con nuestro logotipo, a la vez de recoger en nuestra plataforma el copyright, símbolo que nos reconoce como titular o cesionario en exclusiva del derecho de explotación sobre la obra o producción.





EJEMPLO DE TIENDA ON LINE: LA WEB DE MODA PARA NIÑAS

Ana Ibáñez, ha abierto muy recientemente su propia tienda de e-commerce, www.junna-design.com, en la que, bajo el slogan "Fashion textile design" vende diseños muy especiales.

Tal y como nos cuenta en la página web, ofrece una línea de productos de producción artesanal, desde el mismo estampado hasta la pieza textil acabada.

Su línea de prendas infantiles en 100% algodón, con dibujos, colores y texturas artísticas. Puedes hacer el pedido online y suscribirte al boletín de novedades.



Fotografía: © 2016 Junna Design

