

Las 5 diferencias entre tu tienda física y virtual

Si te dedicas a la venta de artículos, hoy en día **tienes muchas opciones para hacerlas llegar a los clientes.**

Las dos principales son tan aparentemente diferentes como tener una tienda a pie de calle o tenerla en el ciberespacio.

¿Por qué la gente compra en Internet? ¿Es tu público distinto en la tienda online y offline? **Hay varias diferencias entre ambos sistemas de venta que tienes que tener en cuenta para tener clientes satisfechos** en ambas tiendas. Verás que son conceptos distintos pero que en esencia son los mismos.



¿Dónde está tu público potencial?

En una tienda a pie de calle tu mayor tráfico proviene de la gente que pasa por delante. Por ello, elegir una buena ubicación y generar un escaparate atractivo son tu principal reclamo. En la tienda online, si montas la mejor web de venta del mundo pero no haces nada por promocionarla, será más difícil que "pasen por delante". Por ello es importante que controles los canales de captación y promoción de que dispones (redes sociales, SEO, publicidad online, emailing...).

Ventaja de la venta online: dispones de todas las herramientas para segmentar a tu público por intereses o por características. Algo más difícil de hacer en una tienda física.

A TENER EN CUENTA: el objetivo siempre es ofrecer el mejor producto a los clientes que lo necesitan. Tus clientes esperan de ti que les resuelvas problemas, no que se los generes

Experiencia de compra

En la tienda online se pierden algunas cosas favorables para la venta de un producto. Si el producto tiene un componente muy "físico" que haga decidirse a comprar (por ejemplo, comprobar si una talla es adecuada), se trata de una experiencia difícil de reproducir online. Debes usar otros recursos visuales (vídeos, gráficos...) para simular la experiencia de compra en la tienda. Por ejemplo, no podrán oler un perfume, pero puedes darles consejos para qué tipo de esencias van bien para cada situación.

Ventaja de la venta online: es el uso de elementos audiovisuales para ampliar la experiencia de compra.

Proceso de pago

En una web no se puede pagar con efectivo, salvo que te interese optar por el pago contra reembolso (algo poco habitual pero que sigue funcionando). En cambio, en la web disponemos de formas cada vez más eficaces de aceptar medios de pago que en el mundo offline son más costosos de usar (aceptar pagos por PayPal o Bizum, por ejemplo).

La ventaja del pago online es que la confianza del público está creciendo cada día y ya no hay frenos a pagar con nuestras tarjetas de crédito.

Logística y entregas

En una tienda física el cliente sale de ella con el producto bajo el brazo. En la tienda online, debemos usar un servicio de mensajería, lo cual añade costes al proceso. Es importante escoger bien si este servicio de entrega lo coste el comprador o es financiado por el vendedor.

La ventajas de la venta online es que, bien usados, los costes de envío pueden ser usados para aumentar el valor de la cesta o para atraer nuevos compradores.

Atención al cliente

En una tienda física el vendedor tiene un papel fundamental, al dar un servicio personalizado y directo al comprador. En una tienda online es más complicado, al estar vendedor y comprador alejados en la distancia y muchas veces en el tiempo. Es importante que establezcamos métodos de contacto que hagan sentir acompañado al cliente y que puedan recurrir a nosotros en caso de duda.

La ventaja de la venta online es que podemos tener disponibilidad 24/7 para responder a nuestros clientes y hay herramientas digitales para automatizar ciertas tareas de atención al cliente.

En Fundae, la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo, puedes encontrar varios **cursos formativos (haz clic aquí)** que te ayudarán a potenciar tu tienda online.

Una campaña de:



Con la financiación de:

