

Este es un artículo especial para los que se inician en el mundo de los negocios por Internet o tienen un serio interés al respecto pero no saben por donde empezar. Se trata de los 10 componentes más importantes de un negocio basado en Internet (NBI, para hacerlo corto) para obtener un ingreso significativo en línea. Se llama...

"Los 10 componentes más esenciales para desarrollar y sobrevivir con un negocio en Internet"

Y sí, contrariamente a lo que muchas personas opinan (yo conozco personalmente a varios escépticos), hay posibilidades para cualquiera de generar un ingreso más que razonable con un NBI. A pesar de los gigantes en este medio, un negocio pequeño en Internet es barato de operar, casi automatizable al 100% y autodirigido: una gran combinación para el éxito.

Conozco a más de un empresario pequeño que desde hace varios años, están obteniendo un más que decoroso ingreso con un NBI, desde la comodidad de sus hogares y trabajando unas cuantas horas al día. Como dije, es una gran manera de ganarse la vida, pero solo si lo haces de la forma correcta.

Hoy, compartiré los 10 componentes ESENCIALES para un NBI, ya sea que lo estés iniciando o lo tengas desde hace un rato. Tenerlos no es opcional y están pensados en el éxito a largo plazo de tu negocio. Por cierto, no creo que sean muy diferentes de los componentes clave de un negocio tradicional, solo que en Internet todo es absolutamente más fácil.

(Realmente necesitas todos y cada uno de estos componentes que estoy a punto de revelarte para que tu negocio sea financieramente rentable)

"Los 10 componentes más esenciales para desarrollar y sobrevivir con un negocio en Internet":

1. Un sitio WEB único y profesionalmente diseñado con un dominio propio.

Desde que di el primer curso de Marketing por Internet, he expresado que este medio no es para publicar información de una empresa. Si voy a visitar a un cliente, no le puedo decir que visite mi página para ver mi historia, quienes son los principales accionistas, las instalaciones, etc., desafortunadamente, le tengo que llevar material impreso con toda esta información, lo que hace redundante e inútil, la página WEB.

La página WEB debe de proporcionar información necesaria o interesante para los que la visitan, con posibilidades de intercambio comercial o de datos, y es entonces cuando se convertirá en el elemento fundamental de tu negocio. Debe de lucir diferente y tener un dominio o nombre virtual único. Podría extenderme mucho más en este punto, pero no lo haré. Simplemente navega por Internet y decide de cuales lugares comprarías. Eso te lo dirá todo.

2. Una línea de productos que esté bajo tu control absolute.

Verás, tú puedes vender por Internet productos de otros, para lo que simplemente los anuncias en tu sitio y estableces un acuerdo con el propietario del producto, o productos propios. De entre todo tu catálogo de productos o servicios, por lo menos uno debe de ser propio. Lógico: no dependes de las circunstancias que impacten al creador del producto y recibes toda la utilidad.

Pero si prefieres vender en lo que se conoce como Programas de Afiliación, asegúrate de que las compañías con las que establezcas acuerdos son fuertes y tienen una proyección a largo plazo.

3. Una manera de recibir pagos con tarjeta de crédito en tu sitio WEB.

La mejor solución es tener tu cuenta de comercio con un banco local, pero en general, este arreglo resulta muy costoso y requiere ya tener cierto volumen de ventas para que el banco te ponga una terminal electrónica. Así que mientras tu negocio crece, puedes utilizar un operador de transacciones con tarjeta de crédito. No existe ninguno hasta este momento en América Latina, pero puedes usar los más seguros y eficaces con alcance mundial, como son PayPal.com ó Worldpay.com.

Una forma segura y rápida para recibir Visa o Mastercard en tu sitio Web es un requisito indispensable.

4. Una estrategia para aumentar tu lista de distribución autorizada.

Tu lista de distribución es una lista de prospectos que han autorizado a recibir tus comunicados o promociones porque tienen un interés genuino en tu producto o servicio. Esta lista de prospectos, debe de crecer permanentemente. Es la única manera en que puedes convertir un porcentaje de las personas que visitan tu sitio Web en

ventas, ya que casi el 100% de las personas que te visitan no te comprarán en esa primera visita.

La mejor manera de hacer crecer tu lista es dando algo de valor a cambio de que te proporcionen su mail y su autorización para recibir futuros comunicados. Después, debes de estar en contacto con estas personas, proveyendo en cada comunicación un valor definido para ellos.

Yo utilizo una gama variada de herramientas para conseguir este resultado. Regalo un e-book y mantengo una comunicación regular como esta en la que pretendo dar valor real a los negocios. En resumen, trato de ayudar a otros dueños de negocios y muchos de ellos comprarán mis productos cuando la necesidad surja.

5. Una presentación comercial del producto o servicio que vende.

Si existe un aspecto que acaba con las pretensiones de vender, incluso productos espectacularmente Buenos, de algunos sitios Web, es el de presentaciones de los productos anti comerciales. Casi todos los días, recibo correo no solicitado de muchas compañías o personas que venden cursos o programas de entrenamiento. En primer lugar, cualquiera puede comprar un programa de entrenamiento, pero me da la impresión que estas personas no conocen a su clientela objetivo, pues es evidente que yo estoy más interesado en venderlos que en comprarlos: vamos, soy la competencia.

Pero en segundo lugar, la descripción del producto o beneficios es tan pobre que es absolutamente imposible entender la diferencia con otro curso que se llame igual en otra empresa o por otro instructor. No importa lo bonito del sitio WEB, lo importante es lo impactante de la carta de ventas del producto.

Los números de conversión de visitas a compras pueden ir desde un deprimente 1 por cada 250 visitas a 1 por cada 8 visitas, y la diferencia está en la carta de venta (datos comprobados al vender un mismo producto, con las mismas características y el mismo precio, en dos sitios Web diferentes, en los que la única diferencia era la carta de ventas).

Recuerdo un caso de un libro de 1940 que con su título original vendió 14,000 ejemplares y con un simple cambio de título vendió una cantidad muy superior. Otro caso que recibí por correo es el de un libro que prácticamente nadie compró hasta que se le cambió...
¡LA PORTADA!

Existen numerosas pruebas de cartas poderosísimas y fórmulas de mercadeo que funcionan todas y cada una de las veces que se usan. Existen cursos probados para aprender a mostrar los verdaderos beneficios de un producto o servicio y motivar de una manera irresistible la compra. Yo ya tengo elaborado un curso de [Marketing Hipnótico en castellano](#) que cubre todos estos objetivos.

Como regla general, utiliza tanto tiempo en promocionar tus productos como usaste en crearlos.

6. Ofrece un programa de afiliación en tu sitio Web.

En este punto, tengo dos consideraciones:

1. Yo no lo he experimentado y algunos expertos dicen que no es de ninguna manera crucial. Pero si observamos los sitios Web más exitosos comercialmente hablando, casi todos ellos ofrecen alguna forma de afiliar a las personas interesadas en vender sus productos. Puedes ofrecer alguna retribución por cada visitante, prospecto o una comisión de ventas, pero lo que tiene que quedar claro, y no somos muy buenos para esto en América Latina, es que se trata de un negocio y debemos de permitir participar de las utilidades a cualquiera que nos traiga negocios.

7. Recomienda productos y servicios.

Al mismo tiempo que afilias a las personas interesadas a vender tus productos, es también muy interesante que te afilies tú mismo a vender productos que complementan tu servicio. No solo puedes ganar dinero sino que también estás dando un servicio completo a tus clientes ya establecidos. Recuerda que uno nunca representa una solución total a ningún problema, simplemente necesitamos la ayuda de otros para dar una solución efectiva.

8. Nuevos productos y servicios con regularidad.

Si puedes crear uno o dos productos propios nuevos por año, tu negocio tendrá muchas más oportunidades de crecer. Aún si vendes otros productos, busca que estas empresas tengan una renovación constante de su oferta de productos o servicios.

Además de crear productos nuevos (y al principio es desde luego, más fácil), actualiza con frecuencia los ya existentes, en una continua búsqueda de mejorar la oferta inclusive a los clientes ya existentes. Si identificas un producto que no es tuyo pero puede interesar a tu lista de distribución, trabaja con el propietario un programa de comisiones en el que se ofrezca, por ejemplo, un precio especial a los

integrantes de tu lista. Eso te dará cierta exclusividad y complementarás los servicios que les das a tus clientes.

9. Una estrategia de soporte que mantiene a tus clientes y prospectos felices.

Existen muchas maneras de ofrecer soporte. La más sencilla es ofrecer maneras de contactarte en tu sitio y contestar cada día el mail que llega. Otras, un poco más sofisticadas, incluyen soporte en vivo, tales como los que dan <http://www.livehelper.com> o <http://www.HumanClick.com>. Pero si necesito hablar más acerca de este punto, entonces considera dedicarte a otra cosa en la que no estén involucrados clientes.

10. Una estrategia de Marketing que incluya promoción gratuita y publicidad pagada.

Entendámoslo de una vez por todas: para hacer dinero en Internet, necesitas visitantes a tu sitio Web, y convertir esas visitas en ventas. Existen muchas alternativas, y la regla general, es que las más baratas o inclusive gratis, son las más efectivas. Puedes contratar programas de PPC (pago por clic), publicidad, banners, etc. La más efectiva según Jim Daniels, un experto en Pequeños Negocios en Internet, es promover que tus actuales contactos te promuevan dándoles a ganar algo a cambio. A esto se le conoce como "Listas de distribución dirigidas".

Eso es todo por esta ocasión. Por favor, siéntete en libertad de imprimir este artículo y distribuirlo a quienes consideres que les puede interesar. También te recomiendo que lo uses como una guía rápida de verificación de tu sitio Web. Recuerda, si esta información se te hace muy abrumadora, no dejes que te asuste. Construir un negocio, de cualquier naturaleza, es un proceso simple en el que hay que seguir ciertos pasos. Lo que más me agrada de este en particular, un NBI, es que cualquiera, hasta yo, lo puede hacer.