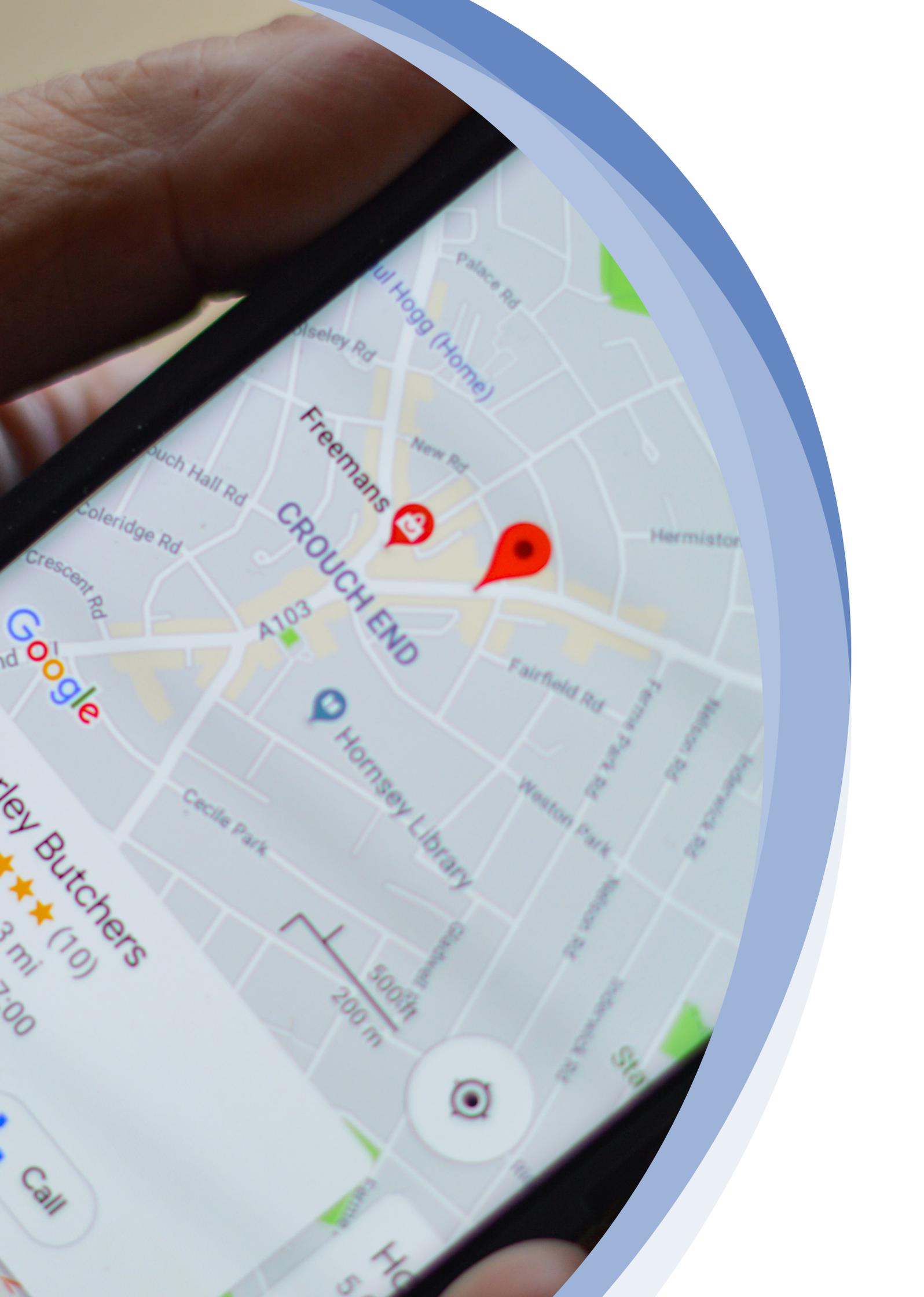


Guía

MEJORAR LA PRESENCIA DE INTERNET DE PEQUEÑOS NEGOCIOS EN EL ENTORNO RURAL

Programa financiado por:





Palace Rd
New Rd
Freemans
CROUCH END



Hornsey Library

Google

ley Butchers
★★★★★ (10)
3 mi
7:00



Call

Guía

MEJORAR LA PRESENCIA DE INTERNET DE PEQUEÑOS NEGOCIOS EN EL ENTORNO RURAL

Mejorar la presencia de internet de pequeños negocios en el entorno rural	4
Paso 1. Digitalización del negocio	5
¿Está tu negocio presente en Internet?	5
Presencia digital consistente	5
Imagen digital	5
Cómo hacer una página web gratis	7
Promoción y venta online	7
¿Por qué necesito al SEO?	8
¿Qué es el posicionamiento digital?	8
Esto se llama: ROPO	8
¿Y cómo podemos lograr un buen posicionamiento en Internet?	8
Diccionario básico del posicionamiento digital de tu comercio	9

Índice

Mejorar la presencia de internet de pequeños negocios en el entorno rural

La digitalización de los pequeños negocios en espacios rurales será clave tras la COVID19. Esta situación ha supuesto un cambio de paradigma, un cambio en los hábitos de los consumidores, no solo ha cambiado la forma de comprar, también ha supuesto una nueva forma de vender. Los clientes se han visto obligados a interactuar de otra forma con las marcas y los pequeños negocios también han tenido que buscar nuevas fórmulas para dar continuidad a su venta, adaptándose al nuevo entorno si quieren garantizar su permanencia.

Internet ahora mismo es clave, y los pequeños negocios deben estar presentes de la mejor forma posible, porque los clientes están buscando ahí sus productos y servicios y ahora tener presencia en Internet se ha convertido en una necesidad y casi, una obligación no solo en los entornos urbanos sino también en el medio rural. La mayoría de los usuarios **(59%) afirma que busca información en redes sociales antes de realizar sus compras**, según el último estudio de IAB 2020.

Paso 1. Digitalización del negocio

¿Está tu negocio presente en Internet?

Debemos tener en cuenta cuatro puntos fundamentales para estar presente en Internet.

Presencia digital consistente

Debemos cuidar los datos y la información que aparecen en Internet. Para ello, debemos de tener en todos los lugares donde aparezcamos registrados la misma información:

- Número de contacto
- Nombre
- Dirección
- Horario

Estos datos básicos deberán ser los mismos en nuestra página de Facebook, nuestra pestaña de *google business*, nuestra web (en caso de tenerla), foros de internet, páginas amarillas... etc.

Imagen digital

Tener una imagen digital no se limita solo a abrir una página web en Internet, sino a saber gestionarlo. Pero, crear una página web no es una tarea sencilla. Si no tienes recursos o te faltan conocimientos existen otras formas de estar presente en internet. Las redes sociales son muy útiles y sirven para tener presencia. Piensa, analiza y elige aquella que mejor se adapte a tus necesidades y las de tu público.

Para elegir la red social más adecuada a tu perfil, recomendamos que te hagas las siguientes preguntas:

- **En función del tipo de producto o servicio:** ¿Es susceptible de ser fotografiado?
¿Puedo subir contenido de interés para mis clientes?

Cuando vendemos un producto tangible es más sencillo empezar a subir contenido mediante el uso de fotografías, por ejemplo, si vendo pan, puedo subir imágenes de los distintos panes, sus características, el horno del pan, el trabajo del panadero...

Si lo que ofrecemos es un servicio, lo que tendremos que mostrar es a las personas que ofrecen ese servicio. Por ejemplo, si lo que tenemos es un bar, debemos mostrar **la experiencia que ofrecemos**: aquellos eventos que realicemos: música en directo, fiestas, fotos de los asistentes, los diferentes **productos que ofrecemos**: cocteles, copas, tapas... y a las personas que nos representan: empleados. De esta

forma, humanizaremos nuestro perfil, pondremos rostro y nombre a los mejores representantes de nuestra marca y conseguiremos familiarizar a nuestra audiencia con nuestro negocio.

- **En función del público al que me dirijo: ¿Qué rango de edad es el predominante? ¿Es mayoritariamente masculino o femenino?** Realizar una fotografía de nuestro cliente es el paso fundamental de cualquier negocio, no solo para determinar en qué red social estar, sino también ¡para poder venderle más y mejor! En marketing se habla de realizar un “customer journey map” Un mapa del camino que realiza tu cliente hasta llegar a ti. Si conoces a tu cliente mejor que a ti mismo, ¡podrás ofrecerle solución a su problema o necesidad antes que el mismo detecte que lo tiene! El último estudio sobre redes sociales publicado por IAB Spain, entre **hombres y mujeres entre 16 y 65 años residentes de España**, a quienes se les realizó una encuesta en abril de 2020. Uno de los datos más reveladores del estudio es que, de los 31.1 millones de españoles entre estas edades, un 93% (29,2 millones) acceden a internet, mientras que **25,9 millones, es decir el 87% son usuarios de redes sociales, dos puntos más que el año anterior**. De estos usuarios de redes sociales en España, el 51% son mujeres frente a un 49% de hombres. La mayoría, el 29% de ellos, tiene entre 41 y 54 años. El siguiente rango de edad mayoritario (28%) es el que se va de los 25 a los 40 años. La mayoría de los usuarios (48%) son universitarios. La principal ocupación (56%) es trabajar por cuenta ajena. **WhatsApp (84%) y Facebook (77%) son las redes sociales más utilizadas en España**.
- **En función de tus conocimientos y habilidades:** Elegir qué redes debemos abrir para nuestro negocio no es tarea fácil. Lo que sí que te recomendamos es no estar por estar. Si tenemos poco tiempo para dedicarle o nos faltan conocimientos técnicos, la solución es escoger una y cuidar el contenido que subimos. Si abrimos 5 perfiles sociales pero no mantenemos una conversación con nuestros seguidores, ni subimos contenido de forma regular, generaremos una sensación negativa en torno a la misma que no nos va a aportar valor sino que incluso puede perjudicarnos. Por lo tanto, debemos recurrir siempre al punto anterior para escoger el canal donde esté nuestro público.

Para los que se lancen a crear su página web existen diferentes opciones, en función de los recursos con los que cuentas. Cuando empieces a gestionar tu espacio debes tener en cuenta algunas cuestiones antes de lanzarte a ello. El primero es si vas a pagar por tu dominio (el dominio es el nombre de página) existen varias terminaciones: **.es .com .org** etc... y su mantenimiento suele costar una media de 3 a 20 euros al mes en función de la terminación, la demanda del nombre, la empresa donde lo tengamos alojado... etc. Si no queremos hacer esta inversión, podemos optar por algunas fórmulas gratuitas como por ejemplo:

- **Creación web gratis con wix.com:** esta web permite solo, bajo registro, crear una web con calidad profesional. Su creador de páginas web es sencillo, lo único que tu página web adoptará su dominio, por ejemplo si tenemos una cerrajería: www.cerrajeriaspepe.wix.com
- **Creación de página web con weebly.com:** al igual que wix, weebly es otro creador de páginas web que te permite, de forma gratuita, crear una web profesional a cero euros. Sucede lo mismo, el nombre de nuestra web llevará el nombre de weebly en su denominación. Por ejemplo: www.josetubarbero.weebly.com

Cómo hacer una página web gratis

Regístrate: Elige qué tipo de web deseas, existen numerosas plantillas ya creadas y pensadas para cada negocio en el creador de páginas web.

Personaliza tu plantilla. Adáptala a tu gusto o recibe una página web a tu medida.

Adapta tu página a las necesidades que tengas: tienda online, sistema de reservas, áreas de miembros, blogs y más.

Dirige tráfico a tu página web.

Promoción y venta online

¿Sabes dónde se encuentra tu cliente? ¿Conoces sus hábitos y cómo se comporta? Si has respondido que sí a estas preguntas, para sacarle todo el partido a esa información tan detallada que tienes que hacer todo lo posible para atraer clientes a tu negocio. Una vez que lo sabes todo acerca de tu target, tienes que optimizar al máximo tu página web, es decir, trabajar todos los aspectos que estén relacionados con el diseño, la velocidad de carga, las palabras clave, el SEO etc... A pesar de que éstos no son parte de nuestro foco de negocio, son fundamentales si queremos ser visibles en Internet, si no los trabajas, no existes para Google y por ende, para tu potencial cliente.

Algunas empresas y pymes se olvidan de trabajar ciertos puntos básicos que entraña la digitalización: la falta de tiempo, de personal cualificado o de recursos económicos son algunos motivos por los que muchas compañías se olvidan de quién manda en la red. Estamos hablando de los todopoderosos buscadores o motores de búsqueda y del famoso SEO: Search Engine Optimization, es decir, el posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda. El SEO consiste en el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.

¿Por qué necesito al SEO?

- El SEO funciona siempre y cuando nuestro contenido sea de valor.
- El SEO funciona si apostamos por el formato VÍDEO.
- El SEO funciona si dirigimos la comunicación adecuada
- El SEO funciona si nuestra web está bien optimizada.
- El SEO funciona si nos lo tomamos en serio.

¿Qué es el posicionamiento digital?

Es el proceso por el que, mediante técnicas y estrategias, se sitúa una marca/negocio en el entorno de Internet.

Hoy en día es seguro que un gran número de tus clientes tendrán el primer contacto o conocerán tu negocio por medios digitales. Hoy no podemos separar... digamos mundo real y mundo digital... ya que ambos mundos están unidos en los procesos de compra.

Esto se llama: ROPO

El ROPO es un término inglés que nace de las siglas de Research Online Purchase Offline, o lo que es lo mismo, investigar por Internet antes de comprar en el comercio o la tienda.

Es un concepto acuñado para definir el acto que muchos usuarios llevan a cabo al recurrir a la información disponible en la red para buscar productos y escoger los más adecuados antes de ir a por ellos a una tienda física.

Ejemplo: imaginemos un usuario que va a comprar unas botas para ir a la montaña. Antes de decidirse a comprarlas, va a mirar por Internet modelos, prestaciones, comparativas y opiniones. Una vez encuentra las que más le gustan, acude a la tienda para poder probarlas y eventualmente comprarlas.

¿Y cómo podemos lograr un buen posicionamiento en Internet?

Cuando hablamos de posicionamiento hablamos del buscador por excelencia: Google. Existen otros buscadores, pero en España, Google representa el 94% de búsqueda en Escritorio y el 98% de búsqueda en móvil, por lo cual nos centraremos en este buscador.

Pues podemos conseguir el posicionamiento por nuestros propios medios, (optimizando nuestra posición en Internet, SEO) O pagando: haciendo publicidad digital a través de un buscador como Google (SEM). Pero para comenzar en este mundo es mejor empezar por comprender lo que es el SEO. Este representa **todo aquello que podemos hacer en Internet por medios propios** para que alguien interesado en nuestro comercio nos encuentre.

- **Medios propios**

Aquellos que dependen de nosotros: redes sociales, google my business, directorio en páginas online, etc.

- **Web**

Como antes hemos comentado es nuestro mejor escaparate.

- **Redes Sociales**

Pueden ser un aliado estratégico para posicionar nuestro comercio en Internet. De cara a conseguir más visitas a la web, más relevancia, y por lo tanto generar ventas, más clientes.

- **YouTube**

Un canal que puede ser interesante para nuestro comercio podría ser YouTube.

Por ejemplo, para un negocio como una floristería... podría ayudarte con el posicionamiento contar con un canal de Youtube donde expliques los cuidados y necesidades de los distintos tipos de plantas.

- **Google My Business**

Si aún no te has registrado en Google My Business y tienes un negocio local, deberías hacerlo. Es una de las mejores maneras de ganar nuevos clientes gratis.

Cada vez más personas buscan un negocio cercano mediante su smartphone, ya sea una cristalería, una panadería o una floristería. Aprovechar estas búsquedas locales puede atraer a una gran cantidad de clientes interesados a tu tienda.

Presta también atención a las **reseñas y el feedback** que hagan los propios usuarios en Google, y que ayudan a crear una imagen positiva de tu negocio...

Resulta que más del 80% de los usuarios reconoce que leen con detenimiento las reseñas online. Por lo tanto, son de vital importancia. Además, repercuten de forma indirecta a tu negocio. Los usuarios siempre van a valorar y a confiar más en aquellos comercios con mejor clasificación o número de estrellas.

Las reseñas de Google son el boca a boca del nuestro tiempo.

Diccionario básico del posicionamiento digital de tu comercio

1. ROPO. Nace de las siglas de **Research Online Purchase Offline**, o lo que es lo mismo, investigar por Internet antes de comprar en el comercio o la tienda.

Es un concepto acuñado para definir el acto que muchos usuarios llevan a cabo al

recurrir a la información disponible en la red para buscar productos y escoger los más adecuados antes de ir a por ellos a una tienda física.

Ejemplo: imaginemos un usuario que va a comprar unas botas para ir a la montaña... Antes de decidirse a comprarlas, va a mirar por Internet modelos, prestaciones, comparativas, opiniones, precios.... Una vez encuentra las que más le gustan, acude a la tienda para poder probarlas y eventualmente comprarlas.

- 2. SEO. (Search Engine Optimization)** por sus siglas en inglés y que podemos traducir como optimización de los motores de búsqueda.

O dicho de una manera coloquial, cuando decimos SEO nos referimos a todo aquello que podemos hacer para que alguien interesado en nuestro comercio encuentre nuestro negocio en Internet.

- 3. SEM.** Es el acrónimo de **Search Engine Marketing**. Cuando hablamos de SEM normalmente nos referimos a campañas de anuncios de pago en buscadores (básicamente en Google). Solemos ver este tipo de anuncios en las primeras o últimas posiciones, y destacando la palabra anuncio.

SEM es el uso de herramientas y estrategias que nos ayudan a optimizar la visibilidad y a aumentar la accesibilidad de los sitios y páginas web gracias a los motores de los buscadores.

- 4. Google.** Bien es cierto que hay otros buscadores, pero en España, Google representa el 94% de búsqueda en Escritorio y el **98% de búsqueda en móvil**.

- 5. Google My Business.** Si aún no te has registrado en Google My Business y tienes un negocio local, deberías hacerlo. **Es una de las mejores maneras de ganar nuevos clientes. Y es gratuita.**

Cada vez más personas buscan un negocio cercano mediante su smartphone, ya sea una copistería, una frutería o una zapatería. Aprovechar estas búsquedas locales puede atraer a una gran cantidad de clientes interesados a tu tienda.

Presta también atención a las reseñas y el feedback que hagan los propios usuarios en Google, y que ayudan a crear una imagen positiva de tu negocio. Más del 80% de los usuarios reconoce que leen con detenimiento las reseñas online. Los usuarios siempre van a valorar y a confiar más en aquellos comercios con mejor clasificación o número de estrellas.

En definitiva, si no somos visibles para nuestro potencial cliente en el entorno digital, seremos devorados por la competencia. No puedes esperar sentado a que el consumidor te encuentre, eso pasó a mejor vida, en la era digital la única opción es la acción.



Economía Social Rural y Trabajo Autónomo

Un proyecto de:



Programa financiado por:

