



¿Quieres crear tu propia Store y no sabes por dónde empezar?

Esta guía es para ti. Verás el detalle del paso a paso para que comiences a planificar tu Store de forma efectiva desde el inicio. Recopilar toda la información que sea relevante, planificar tus pasos y objetivos y analizar tus clientes potenciales. Aunque tengas ideas claras en tu cabeza, comenzar por volcar todo en la escritura te llevará a visualizar qué camino tomar a la hora de decidir el plan operativo, económico, de ventas, financiamiento, marketing, etc. que más se adapte a la situación de tu negocio.

Aquí están las claves para que tu Plan de negocios empiece de la mejor manera.

Resumen ejecutivo.

El resumen ejecutivo es una breve descripción, es como una presentación de tu empresa. Imagina que estás reunido con alguien que quiere conocer tu marca y tú le cuentas de qué se trata y escríbelo.

Resalta los aspectos que sobresalen en el producto o servicio que ofreces, así como también, si es que tienes muchos productos, puedes resaltar las fortalezas de tu marca en forma global, preguntándote ¿Qué aptitudes son las hacen que se diferencie del resto?.

Así como también, cuáles son los objetivos, las metas a llevar a cabo, a qué usuarios te diriges, en qué situación se encuentra en este momento, etc.

Descripción de la empresa.

Para redactar este punto, como primer paso puedes presentar conjuntamente tu equipo de trabajo (en caso de tenerlo), añadiendo por ejemplo cualidades representativas y modo de trabajo.

Luego decidiremos cuál es la Misión (el motivo por el cual la creaste), Visión (objetivos a alcanzar) y Valores (tu compromiso frente a la comunidad).

Hacer un análisis FODA también es de mucha utilidad para identificar cuáles son los aspectos a resaltar por encima de los que no lo son tanto, y para una vez identificados intentar superarte.

F – Fortalezas

O- Oportunidades

D- Debilidades

A-Amenazas

Entorno.

Llegando a esta instancia ya será más sencillo redactar dónde es que se mueve y cómo lo hace tu negocio online analizando:

El entorno legal

Describe cómo actuarás legalmente. Por ejemplo, si estás dado de alta en Hacienda, IVA, Seguridad Social, entre otros. Esto va a depender de las características que tenga tu negocio, del país donde te encuentres, de tu situación comercial.

El entorno comercial

Analiza la competencia, teniendo en cuenta tus debilidades y amenazas a la hora de presentarte frente a tus pares con tus fortalezas y oportunidades. Puedes tener en cuenta el análisis realizado para determinar qué es lo que va a aportar e innovar tu producto frente a tu entorno.

El entorno tecnológico

Haz un resumen de las herramientas tecnológicas con las que operas, cómo vas a llevar a cabo tus movimientos en el mundo digital. Genera una redacción confiable y amigable con el vocabulario de las nuevas tecnologías.

Precio

Si ya definiste cuál será tu público objetivo, ahora debes lograr que tu precio se relacione con el de tu entorno. Pero si, por ejemplo, tus productos tienen un rango de precios más elevados que tu competencia, no te olvides de detallar los beneficios de los mismos, sus atributos y sus diferencias que hacen que sean más elevados.

Por otro lado, puedes usar una tabla para trabajar en relación a los costos y ganancias, incluyendo en los costos totalmente todo lo que te lleve vender el producto, desde su inicio hasta su entrega y a partir de estos datos estimar precios a la venta.

Una vez que recopilaste toda la información, ordénala y guárdala como un archivo. Verás que tienes ideas más detalladas y acciones para llevar a cabo mucho más claras.

Luego de abordar este recorrido punto a punto verás que no hace falta ser diseñador, programador o analista de marketing para poder crear tu propio Plan de Negocios. Una vez diagramado, si lo deseas, puedes ir sumando apartados que necesites, y que hace al perfil de tu Negocio online, por ejemplo: Proveedores, Inversores, Publicidades, entre otros.

Comienza a despegar,

¡Te deseamos buen viaje!