

Siete consejos para la internalización de una empresa online



Aquellos que hayan fundado una empresa y quieran expandirse en el mercado internacional, deben tener en cuenta varios aspectos como el desarrollo del mercado en cada país, las diferentes normativas ó los distintos gustos de los clientes. Los puntos más cruciales para entrar en un nuevo mercado nos los explica Robert M. Maier, fundador y gerente de la empresa berlínesa Visual Meta y ShopAlike.es.

Él conoce perfectamente todas dificultades con las que se encuentra una empresa cuando decide internacionalizar su plataforma online. Robert M. Maier fundó Visual Meta GmbH en el año 2009 en Berlín, una empresa de índole online que facilita a sus usuarios la búsqueda y compra de productos de distintas categorías como moda, zapatos y hogar. El licenciado en Administración y Dirección de Empresas ha sabido expandir su exitoso modelo de negocio bajo las marcas ShopAlike y LadenZeile en 16 países europeos y ahora forma parte de Axel Springer AG.

Estos son sus consejos para todos aquellos que deseen expandirse:

1. Conozca su mercado:

Aquel que desee expandirse en un nuevo país debe conocer bien su mercado y analizarlo detalladamente. Para ello debe analizarse el target group y cuales son los deseos y las necesidades de nuestros clientes. Además debemos ser conscientes de la situación económica del país. Como ejemplo, podemos decir que en Alemania hemos experimentado que la compra online de muebles es mucho mayor que en países como España. Aquel que analice su mercado cuidadosamente, ahorrará tiempo y cambios de estructura innecesarios.

2. Conozca y analice la competencia: Antes de lanzar nuestra plataforma en un nuevo mercado debemos tener claro quiénes son nuestra competencia y cómo funciona. Un punto especialmente importante es analizar su modelo de negocio y práctica en el mercado para así conocer que aspectos nos hacen diferentes y cuáles son los obstáculos que podemos encontrar. La buena calidad de la competencia no debe ser una razón para retirarnos, sino un motivo para mejorar nuestro producto y su posición en el mercado

3. Sea flexible La idea central de la internacionalización no es aplicar exactamente lo que funciona en nuestro propio país. Mientras que en España se desarrolla un fuerte comercio online en lo que a los

productos electrónicos respecta; países como Alemania o Francia se desarrollan fuertemente en sectores como la moda y los zapatos. Las empresas deben tener en cuenta que con la expansión en un nuevo mercado deben adaptarse varios aspectos como la estrategia de marketing, el producto en si mismo o el modelo de negocio. Nosotros hemos aprendido que la adaptación al 100% de un mercado a otro no es posible.

4. Optimice su producto: Quién después del lanzamiento de su web desee llevar a cabo una estrategia exitosa de marketing online, debe estar continuamente optimizando su producto y tener claro que ofrece a sus usuarios lo que buscan. A este tipo de acciones pertenecen otras como el vigilar que la tasa de rebote sea baja, ofrecer una buena usabilidad del producto y posicionar bien nuestras keywords.

5. Concéntrese en lo más importante: Una vez entremos en un nuevo mercado debemos llegar lo antes posible a nuestros usuarios potenciales a través de nuestra web. Muchas websites consiguen la mayoría de su tráfico a través del SEM.

Mi consejo: las keywords deben definirse por país. Algunas palabras que funcionan bien en países como España pueden ser irrelevantes en países como Suecia.

6. Acepte que algunas acciones no funcionan:

Muchas empresas llevan a cabo todo tipo de campañas y acciones para hacer funcionar su website tras el lanzamiento. En este caso, les aconsejaría que sepan aceptar que algunas acciones no funcionan igual. Cada uno debe concentrarse en los canales que son importantes en cada país y sobre todo que funcionen de manera efectiva. Aquellos que pese a la falta de seguidores en Facebook o el poco éxito de sus campañas de e-mail marketing sigan insistiendo en llevar a cabo dichas acciones, perderán la oportunidad de utilizar sus fuentes para adentrarse en otros campos que les serían mucho más útiles y productivos.

7. Añada la tecnología móvil a su servicio:

Independientemente del país en el que decida expandirse, es importante que introduzca su plataforma en el mundo móvil. El uso del smartphone, el iphone y la tablet es cada vez más frecuente en Europa. Aquel que quiera tener éxito, debe facilitar a sus usuarios el uso de su plataforma online en cualquier formato.