

100 Preguntas que Pueden Ayudarle a Planificar sus negocios en Internet

(Mary Gillen)

E-business se refiere a todo tipo de negocios que se realizan de manera electrónica, digital o virtual en donde Internet constituye la plataforma de interacción.

E-business es una gran oportunidad para los pequeños negocios.

Comparados con las grandes organizaciones, los pequeños negocios pueden adaptarse rápidamente a los continuos cambios -centrados en las necesidades de los consumidores- que son necesarios para hacer crecer los e-business.

Esto puede agregar un increíble valor a sus relaciones de negocios y otorgarle una seria ventaja sobre sus competidores.

Aquí están 100 de las más frecuentes preguntas a considerar cuando se planifica un e-business. Una vez que usted haya completado este cuestionario, puede crear lo que se llama un Documento de Requerimientos Funcionales, que podrá usar en el desarrollo de su sitio de e-business y funciones de apoyo.

1. ¿Están todos listos en su organización para enfrentar el proceso de e-business?
Esto significa todos los individuos envueltos en ventas, gerencia, tecnología y soporte. Haga un listado con los nombres de los individuos que tendrán que manejar los cambios que generan los e-business.
2. ¿Por qué está creando estos e-business?
Se sugiere que los prospectos de e-business consideren las siguientes razones cuando planeen sus sitios.

Estas pueden incluir:

- . Información de su compañía a los consumidores
- . Mejoramiento de la imagen de su compañía
- . Cambio de la imagen de su compañía
- . Demostración de su portafolio
- . Colocación de curriculums
- . Promoción de un producto
- . Promoción de un servicio
- . Venta de productos
- . Venta de servicios
- . Venta de espacio publicitario
- . Recolección de donaciones
- . Creación de una comunidad



- . Recepción de feedback de los consumidores
- . Colocación de calendarios y agendas para sus empleados o fuerza de ventas
- . Distribución de información interna para los empleados
- . Anuncio de oportunidades de trabajo
- . Proveer Soporte de producto
- . Colocación de PREGUNTAS FRECUENTES (FAQs) sobre un producto o servicio
- . Proveer entretenimiento
- . Publicación de investigaciones sobre un tema
- . Recepción de emails de consumidores y prospectos
- . Soporte a revistas o libros impresos
- . Soporte de una organización, almacén, show de TV, show de radio, etc.
- . Proveer shareware o demos de productos
- . Proveer investigación exclusiva sobre un tema
- . Tener un sitio Web porque todos mis competidores lo tienen
- . Hacer contactos vía Internet

Escriba todas las razones por las que está creando este sitio.

3. Si está planeando vender productos, ¿cuál es su línea? Liste todos los productos por nombre.
4. Si vende servicios, liste todos los servicios que ofrece. ¿Cuáles servicios son más requeridos por los consumidores?
5. Si vende servicios, ¿cuáles pueden transformarse en "productos" como reportes, libros, CD-ROMs y cursos de entrenamiento? ¿Está haciendo esto su competencia?
6. ¿Qué hace sostenerse a sus productos en la plaza off-line? Liste las razones en detalle.
7. Si vende servicios, ¿Qué hace a su compañía única en la plaza off-line? Liste las razones en detalle.
8. ¿Qué nichos específicos de consumidores atiende actualmente? Lístelos.
9. ¿Tiene su negocio diferentes tipos de consumidores? ¿Sector privado vs. gobierno? ¿Individuos vs. organizaciones? ¿O usted les sirve a todos?
10. ¿Están sus actuales clientes y prospectos educados acerca de sus productos y servicios? ¿Qué porcentaje conoce bien su producto/servicio y qué porcentaje no?
11. ¿Tiene que "manejar a mano" a sus prospectos y consumidores a lo largo de cada venta? Si lo hace, ¿cuáles son las preguntas más frecuentes durante el proceso de ventas?

12. ¿Sus clientes y prospectos están también orientados a usar la Internet para hacer negocios? Si no, ¿desea Usted mostrarles cómo? ¿Abre esto la posibilidad de nuevos negocios para Usted?
13. ¿Cuán seguido le compran sus clientes? ¿Todos los días? Una vez a la semana? ¿Una vez por trimestre? ¿Una vez por año? ¿Una vez más si Usted se lo recuerda?
14. ¿Cuán seguido le gustaría realmente que sus clientes le compren?
15. ¿Puede Usted vender el mismo producto/servicio a todos sus tipos de clientes o tendrá que ofrecer diferentes "paquetes" de productos o servicios? Sea específico.
16. ¿Está planeando ofrecer sus productos y servicios de e-business a través de la Web para consumidores locales, regionales, nacionales o internacionales? Sea específico acerca del mix de clientes.
17. Si está planeando vender internacionalmente, ¿puede vender sus productos/servicios a cualquiera en cualquier lugar del mundo en este momento? ¿Tendrá que ajustar el producto/servicio para acomodarlo a prospectos que hablan diferentes lenguajes? O ¿es esto realmente necesario?
18. ¿Tiene estructuras de precios diferentes para sus tipos de clientes? Si es así, ¿cuáles son las estructuras de precios?
19. ¿Cómo pagan actualmente sus clientes los productos que le compran? ¿Cheques? ¿Tarjetas de crédito? ¿Ordenes de compra? ¿Tarjetas de débito? ¿Cuentas de crédito? Liste todas las formas.
20. ¿Ofrece usted ventas de rebaja para reducir inventarios durante ciertas épocas del año? Si es así, liste el calendario.
21. ¿Qué información de pedidos requieren los clientes en los envíos? ¿Número de ítem? ¿Número de orden de compra? ¿Número de envío? Liste todo lo que sea aplicable a cada grupo de consumidores.
22. ¿Por qué le compran a Usted sus clientes? ¿Precio? ¿Servicio? ¿Conveniencia? ¿Selección? ¿Envío rápido? Establezca la razón más importante.
23. ¿Cómo se sentirán sus actuales clientes acerca de su transformación de e-business? ¿Lo recibirán bien? ¿Lo odiarán? ¿Serán lentos para el cambio?
24. ¿Tiene Usted un sitio Web para sus negocios actualmente?
25. ¿Cuántos negocios ha generado su actual sitio Web en el último año?
26. ¿Cuáles son los aspectos positivos de su actual sitio Web?
27. ¿Cuáles son las características no tan positivas de su actual sitio Web?
28. ¿Cuán seguido se actualiza su sitio Web ahora?

29. ¿Es posible para Usted actualizar su sitio Web todos los días?
30. Si no, honestamente, ¿cuán seguido tiene tiempo para actualizar el sitio?
31. Los e-business pueden generar montones de e-mails. ¿Tiene tiempo para manejarlos usted mismo?
32. ¿Tiene que viajar para hacer negocios? Si es así, ¿podrá manejar sus e-business desde otro ordenador (portátil, PDA, Móvil, ordenador de mesa, etc) con acceso a Internet ?
33. ¿Siempre mantiene un inventario de manera que sus productos se puedan enviar inmediatamente?
34. ¿Qué tipo de calendario de envíos es actualmente aceptable para sus clientes?
35. Su línea de productos, ¿incluye ítems que pueden ser bajados desde la Internet? Si es así, liste esos productos.
36. ¿Cuán seguido agrega a su oferta nuevos productos y servicios?
37. ¿Algunas veces ofrece cupones de descuentos para sus distintos tipos de grupos de clientes? Si es así, liste los cupones de ofertas y por qué se usan.
38. Si ofrece cupones, ¿Querrán sus clientes utilizarlos para sus compras online?
39. ¿Sugiere actualmente productos y servicios agregados cada vez que un cliente le compra? Si es así, ¿en qué punto del proceso de ventas ocurre?
40. ¿Ofrece descuentos por pago a tiempo? Si es así, liste los términos.
41. Si no tiene un producto en stock, ¿Estarían abiertos sus clientes a comprar un producto/servicio diferente?
42. Actualmente, ¿ofrece a sus clientes algún catálogo impreso de sus productos? Si es así, ¿cuán seguido es actualizado su catálogo?
43. Actualmente, ¿están divididos sus productos en categorías y subcategorías? Si es así, lístelas.
44. ¿Qué palabras claves usarían sus clientes para referirse a sus productos/servicios?
45. En su actual sitio Web, ¿tiene una función de búsqueda que posibilite a los usuarios una búsqueda por producto y/o servicio?
46. Los visitantes de su sitio, ¿querrán usar una función de búsqueda para encontrar lo que necesitan o necesitarán la posibilidad de elegir un producto o servicio de un menú pre-diseñado?

47. ¿Llena Usted muchas órdenes? Si es así, ¿sería importante para sus consumidores el poder mezclar y elegir productos y servicios para realizar pedidos online?
48. Durante su actual proceso de ventas, ¿proporciona a sus clientes con información comparativa para acelerar el ciclo de ventas? Si es así, ¿cómo entrega usted esta información? ¿Esquemas y Gráficos? ¿Descripciones de productos o servicios? Sea específico.
49. En su sitio actual, ¿proporciona una sección de preguntas frecuentes para que los clientes y prospectos (clientes potenciales) puedan revisarlas?
50. ¿Quién en su organización usa actualmente la Internet para comunicarse con los clientes? A medida que sus e-business crezcan, ¿desea usted entrenar a todos los que harán la misma cosa?
51. ¿Quién en su organización, es capaz de responder preguntas específicas acerca de productos y servicios vía e-mail si usted no está?
52. ¿Está planeando dejar que los clientes compren más de un ítem a la vez? Si es así, ¿está preparado para implementar la tecnología necesaria para agregar una shopping-cart a su sitio?
53. Haga una estimación, ¿cuál es el número que a priori podría determinar, de productos o servicios individuales por venta, de los diferentes tipos de clientes?
54. Sus clientes, normalmente, ¿vuelven a pedir los mismos productos y servicios?
55. ¿Cuán importante podría ser para sus clientes si ellos pudieran re-visitar su sitio y revisar su historia de pedidos, de forma que se haga más fácil ordenar nuevamente?
56. ¿Cuán importante es que los impuestos y costos de envío se agreguen a las órdenes de cada grupo tipo de clientes?
57. ¿Son todos los productos/servicios que usted ofrece sujetos a impuestos? Liste todos los productos imponibles y los no imponibles.
58. ¿Tiene su negocio, actualmente, una cuenta comercial para aceptar tarjetas de crédito?
59. ¿Cómo autoriza actualmente los pagos con tarjetas de créditos? ¿Procesa cada transacción manualmente o tiene un sistema automatizado? ¿Puede integrarse ese sistema a su sitio Web?
60. ¿Cómo manejará la seguridad/criptado de las tarjetas de crédito en su sitio Web?
61. ¿Con qué compañías de envíos hace negocios actualmente?
62. ¿Necesita establecer cuentas con compañías adicionales para realizar entregas en todo el mundo?

63. ¿Cómo se enteran los clientes si sus pedidos son rechazados? ¿Quién notifica a los clientes acerca del rechazo? ¿Cómo se envía la notificación al cliente: correo, e-mail, teléfono, fax? ¿Cuán importante sería para el cliente el ser notificado durante el proceso de compra online que un ítem no existe en stock?
64. Actualmente, ¿cuánto tiempo toma procesar el pedido de un cliente? Inmediatamente? Al final del día? dentro de las 24 horas?
65. ¿Cuál es la hora de cierre para los pedidos del próximo día en su empresa?
66. ¿Cuán importante sería para sus clientes el poder chequear el estado de su pedidos online?
67. Desearían sus clientes pagar por soporte técnico online o acceso a una sección especial del sitio con contenido de valor agregado relativo a sus negocios?
68. Si ellos desearan pagar por tal servicio, cuál sería el precio que usted cobraría?
69. Si usted decide vender internacionalmente, es importante que sus ofertas usen múltiples tipos de monedas?
70. ¿Qué tipos de políticas y limitaciones comparte con su clientes cuando ellos hacen negocios con usted?
71. ¿Cuáles son los términos y condiciones de su compañía cuando hace negocios con sus clientes?
72. ¿Tiene establecida una política de devoluciones?
73. ¿Qué garantías de satisfacción de clientes le ofrece su compañía a sus consumidores cuando compran? Sea específico.
74. ¿Cuáles son las acciones específicas que los clientes tienen que realizar para la devolución de productos comprados a su compañía?
75. ¿Hay lugares a nivel local, regional, nacional e internacional, donde usted no puede vender sus productos y servicios, debido a normas legales?
76. ¿Qué hace usted con la información de los pedidos que genera su sitio Web?
77. ¿Será importante que los reportes de pedidos online se generen automáticamente?
78. ¿Qué información quiere usted que sus reportes de ventas online le suministren? sea específico.
79. ¿Cómo hacen sus visitantes para encontrar su sitio Web actualmente?
80. ¿Qué información de los clientes será importante reunir durante el proceso de compra en su sitio?

81. Está usted preparado para ofrecer un producto o servicio gratis a cambio de información demográfica de su consumidor? Si es así, cuál sería? Sea específico.
82. Cómo recoge actualmente la información del cliente? Se almacena electrónicamente o se procesa manualmente?
83. Cómo sabrán sus clientes y prospectos que sus productos y servicios están disponibles para la compra online?
84. Conoce usted cómo registrar su sitio de e-business en los principales motores de búsqueda, directorios y portales?
85. Ofrecerá publicidad online en su sitio?
86. Si ofrece publicidad online, quién manejará el proceso en su organización?
87. Planea comprar avisos en banners y otras publicidades en otros sitios Web para promover el suyo?
88. Si es así, quién manejará el proceso de compra de publicidad?
89. Usará correo directo y otros recursos de marketing off-line para llegar a sus prospectos? Si es así, mencione los métodos específicos que usará.
90. Promoverá sus e-business a través de listas de correos de Internet y grupos de noticias? Si es así, quién realizará ese trabajo?
91. Planea incluir la URL (dirección web) de sus e-business en todos los materiales de promoción y marketing? Y en hojas de Fax, invoices, señalética, mensajes de correo de voz, avisos de envío? Sea específico.
92. Planea usar contenidos para ayudar a vender sus productos? Si es así, cómo se unirá ese contenido a sus productos y servicios?
93. ¿Es importante para su sitio de e-business ser técnicamente "dinámico" desde el comienzo? ¿Qué software de desarrollo de e-business o servicios de terceros hay en el mercado que puedan ayudarle a crear y manejar un sitio interactivo de e-business?
94. Cómo planea agradecer a sus clientes por las compras online? Liste las formas.
95. Cómo planea hacer el seguimiento de sus clientes que compraron online?
96. Cuán seguido piensa que debería contactar a los clientes después de la venta? Cada dos semanas? Una vez al mes? Una por trimestre? Sólo para ventas especiales? Cuando se realicen nuevos productos? Cuál formato de tiempo cree usted que sería aceptable para sus clientes?



97. Qué opciones de compra podría proveer a los prospectos que son cuidadosos con las compras online debido al factor seguridad percibido? Formulario de pedido por Fax? Formulario de pago al recibir el producto? Número de llamada gratuita? Liste las opciones.
98. Cuáles son las quejas más frecuentes que recibe de sus clientes acerca de sus negocios?
99. De qué maneras puede mejorar su servicio al cliente a través de su sitio de e-business?
100. Planea hospedar su sitio Web in-house (servidor propio) o es mejor para su compañía tercerizarlo (alquilar alojamiento)? Liste los pros y contras de cada opción.

(Mary Gillen, Cod-Developer Idea Site for Business)