tiendanube

# Preguntas disparadoras para crear tu Plan de Negocios

## Productos y/o servicios a comercializar por internet

- ¿Vas a vender productos, servicios o ambos?
- ¿Qué características tienen esos productos o servicios?
- ¿Son de producción propia?¿Vas a comprar al por mayor y revender? ¿O se trata de un modelo de dropshipping (sin stock propio)?
- ¿Cómo son las categorías de productos que vas a tener en tu tienda online? ¿Se organizan por tipo de producto o por marcas? (si es que vendés productos que no sean de producción propia).
- ¿Qué cantidad de productos vas a tener en la tienda online? Si tenés un catálogo muy amplio, te aconsejamos comenzar con un set reducido para poder empezar a vender muy pronto, y luego incorporar nuevas líneas de productos. Previo a lanzar tu tienda, deberías tener un estimado de cuántos productos vas a vender online.
- ¿Cómo son tus productos? Pueden ser productos con variantes como, por ejemplo, talle o color ¿O se trata de productos simples? ¿Vas a vender productos digitales? Es decir, aquellos que no necesitan ser enviados sino que se descargan online como un curso, por ejemplo. ¿Vas a ofrecer giftcards (tarjetas de regalo)?
- ¿Tenés fotos de los productos o tenés que producirlas? (si tenés que producirlas tenelo en cuenta en los costos).

Habitualmente el catálogo se compone de un mix de tipos de productos pero hacerte estas preguntas te va a ayudar a tener un panorama más claro.

## Fuentes de ingreso

- ¿Cuáles son tus fuentes de ingreso?

- ¿Qué margen de ganancia vas a obtener por cada producto o servicio que vendas?

- ¿Cuáles son las utilidades que proyectás a corto, mediano y largo plazo?

## Costos

- ¿Cuáles serán los costos fijos y variables que vas a tener que afrontar? Considerá costos de implementación iniciales y costos que serán fijos y variables, tanto mensuales como anuales. Algunos de ellos pueden ser:

    - Plan de mantenimiento de la plataforma que elijas o costo de implementación si vas a desarrollar una tienda online a medida (este costo puede ser mensual, trimestral o anual depende de lo que elijas).

    - Hosting (servidores) donde se alojará tu tienda, si es que aplica (en Tiendanube por ejemplo, ese costo, está incluido dentro del plan mensual).

    - Dominio .com.ar si querés personalizarlo con el nombre de tu marca (costo anual).

    - Comisiones por transacciones.

    - Comisiones de medios de pago.

    - Costos logísticos (generados principalmente por el packaging, el espacio de almacenamiento y los envíos).

    - Costos de servicios adicionales que integres a tu plataforma, por ejemplo, un sistema de gestión o de facturación electrónica.

    - Marketing y publicidad.

    - Impuestos.

    - Equipo de trabajo.

    - Etc.

## Negocio

- ¿Cuáles son los objetivos a corto, mediano y largo plazo?
- ¿Cuáles son los objetivos en particular para la tienda online a corto, mediano y largo plazo?
- ¿Qué estrategia y acciones vas a llevar a cabo para alcanzar esos objetivos?
- ¿Cuál es la misión y visión de tu empresa?
- ¿Cómo es la organización de tu empresa o emprendimiento?
- ¿Cómo es la estacionalidad de tu negocio? ¿Se rige por temporadas? (por ejemplo indumentaria de invierno y de verano).

## Socios

- ¿Vas a contratar servicios de terceros para cubrir las tareas que no puedas realizar con tu equipo? ¿Cuáles serán esas tareas que vas a tercerizar?
- ¿Quiénes serán tus socios estratégicos?
- ¿Con qué proveedores vas a trabajar?
- ¿Qué partners logísticos vas a necesitar?

## Mercado

- ¿Cómo es la industria en la que se inserta tu empresa?
- ¿Qué competidores tenés?
- ¿Quiénes son tus clientes? Tratá de describirlos siendo lo más específico que puedas, no sólo su edad, género o lugar de residencia, sino también algunos datos cualitativos como qué le gusta hacer,cuáles son sus actividades, sus rutinas, qué desea, etc. A lo largo del tiempo vas a ir conociendo cada vez más a tu cliente, pero es importante que tengas en claro quién es esa persona que necesita tus productos o servicios para que todos los mensajes que dirijas hacia ellos sean efectivos.

## Operación

- ¿Cómo vas a catalogar tus productos? ¿En forma manual o mediante archivos de importación? (la cantidad y tipos de productos que ofrezcas impacta directamente en esta decisión).

- ¿Cómo vas a manejar el stock disponible a la venta? ¿Se compartirá con otra tienda física o tienda online? ¿O será un stock propio para este nuevo canal de venta?

- ¿Existirá un depósito diferente al que usás para tu comercio a la calle? ¿O todos los productos que se venden en los distintos canales estarán en un mismo lugar?

- ¿Cómo será el proceso de armado de pedidos?

- ¿Cuántos pedidos proyectás tener diariamente, mensualmente, anualmente?

- ¿De qué otras formas vas a recibir pedidos? (vendedores en el local, redes sociales, whatsapp, etc.)

- ¿De qué forma vas a facturar los pedidos? ¿Facturación electrónica? ¿Integración con algún sistema de gestión?

- ¿Vas a manejar una única lista de precios? ¿O vas a ofrecer venta mayorista y minorista?

- ¿Qué medios de pago vas a ofrecer? Pagos con tarjetas de crédito o débito, efectivo, transferencia, depósito, Rapipago o Pago Fácil, etc. Tendrás que evaluar si vas a usar plataformas de pago o gateways de pago. Acá te contamos cuáles existen en Argentina y cómo elegirlos.

- ¿Vas a hacer envíos a todo el país? ¿O sólo dentro de tu ciudad o en una región determinada?

- ¿Qué opciones de envío tendrás disponibles? (empresa de correo, envío a domicilio con transporte propio, retiro en sucursal o showroom, etc.)

- ¿Cuál va a ser la política de precios en relación al envío?

- ¿Cuál será la política de devoluciones y cambios?

## Marca

- ¿Cuál es tu diferencial como marca?
- ¿Cuál es tu propuesta de valor?
- ¿Qué mensaje querés dar?
- ¿Cómo es el tono de comunicación de tu marca?

## Marketing

- ¿Cuál será la estrategia de lanzamiento de tu tienda online?
- ¿Qué campañas publicitarias vas a realizar?
- ¿Qué acciones vas a realizar desde las redes sociales tanto para el lanzamiento de la tienda online y, en una segunda etapa, para poder llevar tráfico a la tienda?
- ¿Cuál va a ser tu estrategia de contenidos?
- ¿Vas a realizar promociones? ¿De qué tipo?
- ¿Cuál va a ser el calendario de acciones promocionales principales durante el año?