



**Universidad
Tecnológico**



Comercio Electrónico y Automatización

Diseño de Tienda online con
WooCommerce

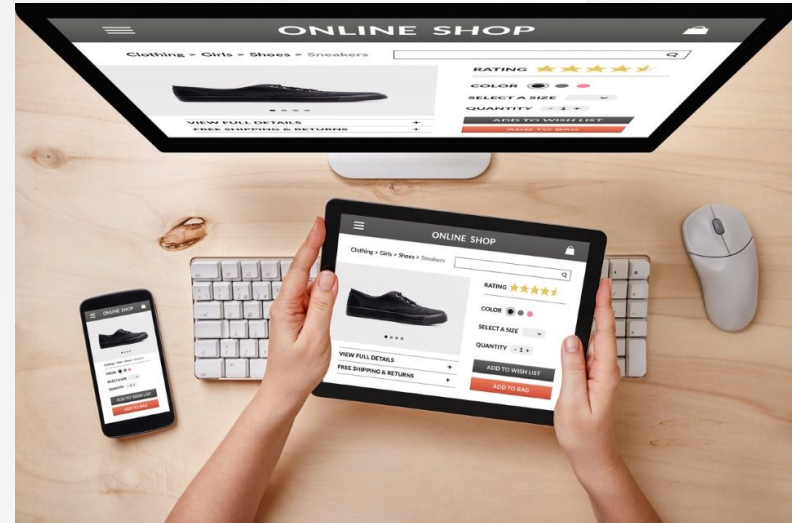




Crear una página web es divertido y fácil, cualquier persona puede crear su propia tienda online sin la necesidad de tener conocimientos técnicos, solo hace falta tener un ordenador y conexión a internet.

Y, aunque parezca un reto el crear una tienda online, te darás cuenta de que no necesitas ni quebrarte la cabeza, ni invertir mucho dinero para vender en línea. No sé puede rechazar la posibilidad de vender tus productos en internet.

Para mayor comprensión se mostrarán los pasos de manera práctica y sencilla sobre cómo iniciar tu negocio online usando WordPress y a utilizar el *plugin* WooCommerce. También se demostrará por qué es necesario un dominio, un *hosting* y un software para crearla.






Cuando se planea abrir una tienda de forma física, se necesita contar con un espacio que es un local y este tiene una dirección, para iniciar una tienda virtual también es necesario tener un lugar en Internet en dónde alojar la tienda. Para ello, se deberá obtener un dominio que es la dirección de tu sitio web o mejor conocido como “el nombre” que elegiste para que los usuarios lo escriban y te encuentren dentro de internet.

Un dominio de internet es el nombre único e irrepetible que está formado a partir de dos elementos principales, por ejemplo, Instagram.com consiste en el dominio (Instagram) y la extensión (.com), cuando se escribe una solicitud a la base de datos de **DNS (Domain Name System)**. Con esta base de datos el navegador traduce el dominio a su correspondiente dirección IP.

A continuación, se muestran consejos para crear un dominio:

- 
- Investiga y estudia tu nicho de mercado, conoce las palabras clave y términos de búsqueda más populares. Esta investigación te ayudará a encontrar el dominio más adecuado para tu proyecto.
 - Un dominio corto y pegadizo se vuelve más atractivo a la audiencia y aumenta la posibilidad de ser recordado.
 - La extensión .com de dominio es más popular por lo que tiene prioridad al comprar un dominio.
 - Verifica que tu dominio no se encuentra en las marcas registradas: evita problemas legales.
 - Evita números y guiones: las personas pueden confundir el número cero (0) con una letra.





Además de un dominio, necesitas un *hosting* para tu página web, pero ¿qué es un hosting? Es el servicio de alojamiento en línea que te permite publicar un sitio o aplicaciones web en Internet.

Para tener control sobre tu tienda online se recomienda comprar un dominio web y hosting en la misma compañía, de esta forma, se puede administrar con una sola cuenta y puedes aprovechar los descuentos que ofrecen por adquirir un paquete con ambos servicios.

Además de almacenar los archivos de tu web, un proveedor de hosting protege el servidor y los archivos de tu sitio de ataques. Todo sitio web necesita un proveedor de alojamiento y esto aplica a los sitios WordPress como cualquier otro.





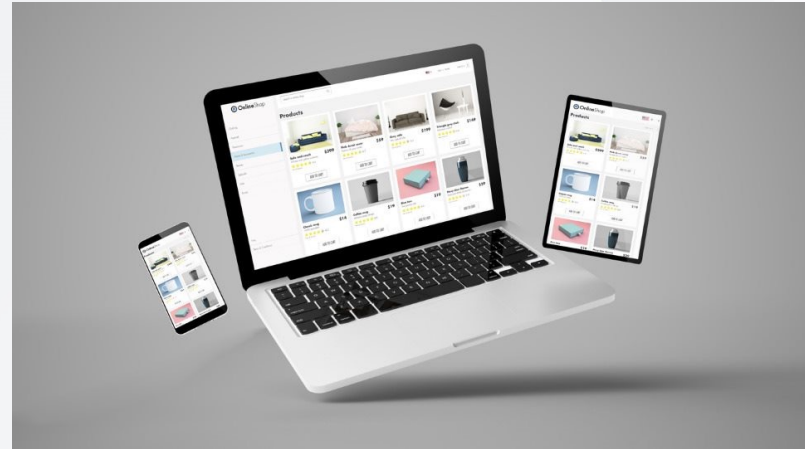
WordPress es un software gratuito, con código abierto que se puede descargar, instalar y personalizar para adaptarlo a cada necesidad o perfil, por su versatilidad es el preferido para desarrolladores y el público en general.

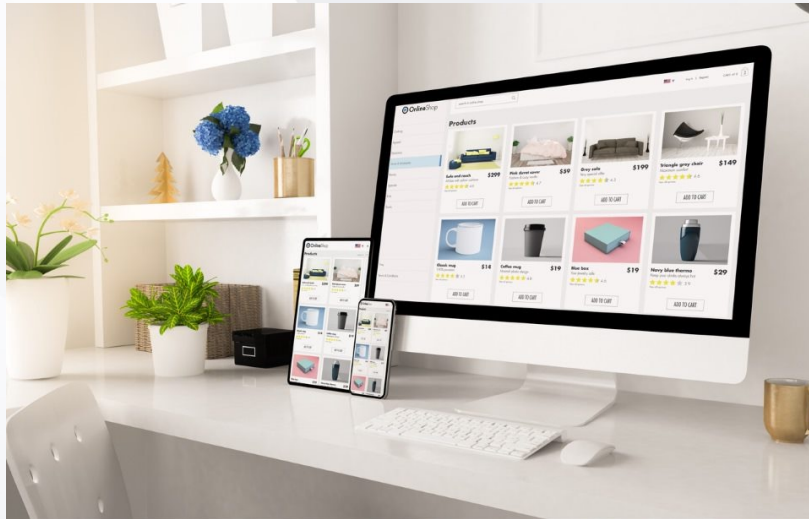
Para instalar WordPress fácilmente a través de un proveedor de hosting, primero debes elegir un proveedor que más te convenga.

Es momento de elegir la plantilla para tu sitio, debes tener en cuenta que la plantilla es la carta de presentación de tu local.

Existen muchos lugares donde descargar plantillas, sin embargo, se recomiendan las siguientes alternativas:

- **Repositorio de WordPress:** es la página oficial y por lo que encontrarás miles de opciones gratuitas.
- **Astra:** uno de los *themes* fuertes para la creación de webs gratuitas.
- **Genesis Framework:** tiene plantillas limpias que te permiten personalizar de acuerdo con el tipo de usuario.
- **StoreFront:** de WooCommerce es una plantilla creada especialmente para tiendas online.





Instalación de plugins imprescindibles (WooCommerce)

Los plugin son programas complementarios que te ayudan a agregar una nueva función a la plantilla ya adquirida. WooCommerce es la solución de comercio electrónico de código abierto, gratuito y flexible esto significa que podrás conservar la propiedad completa del contenido y los datos de tu tienda para siempre (WordPress, 2021).

El utilizar el plugin de WooCommerce podrás aprovechar la combinación de contenido y comercio ya que te permite personalizar tu página mediante bloques de productos, realizar reservaciones, contar con membresías y suscripciones, te permite gestionar una gran pasarela de pagos, configurar las opciones de envío y simplificar las ventas.

La instalación automática por WordPress es la más sencilla y se puede realizar accediendo a tu escritorio de WordPress, en el menú **Plugin** y **Añadir nuevo**, buscar WooCommerce, y una vez que se encuentra, haz clic en **Instalar ahora**, WordPress se encargará de ello.





Módulos para tienda online

Los módulos representan una aplicación web que no pueden faltar en tu tienda online, los puedes encontrar como:

- **Velocidad**, este módulo compresor de imágenes te ayuda a maximizar la velocidad de tu sitio.
- **Checkout + carrito de compra** aumenta la posibilidad de método de pago, por lo que la tasa de conversión aumenta.
- **Analítica** es la herramienta que te ayuda a analizar los patrones del usuario en tu tienda, la mejor opción es Google Analytics porque te arroja constante información y estadísticas sobre el rendimiento de tu sitio.
- **Buscador interno**, es importante que el usuario encuentre ese artículo que busca de forma fácil, por lo que un buscador interno será de gran ayuda.
- **Módulo de envío integrado.**
- **Módulo de cumplimiento de RGPD** (Reglamento General de Protección de Datos), es una base legal para la base de datos de tus usuarios.
- **Mantenimiento y Updates.**

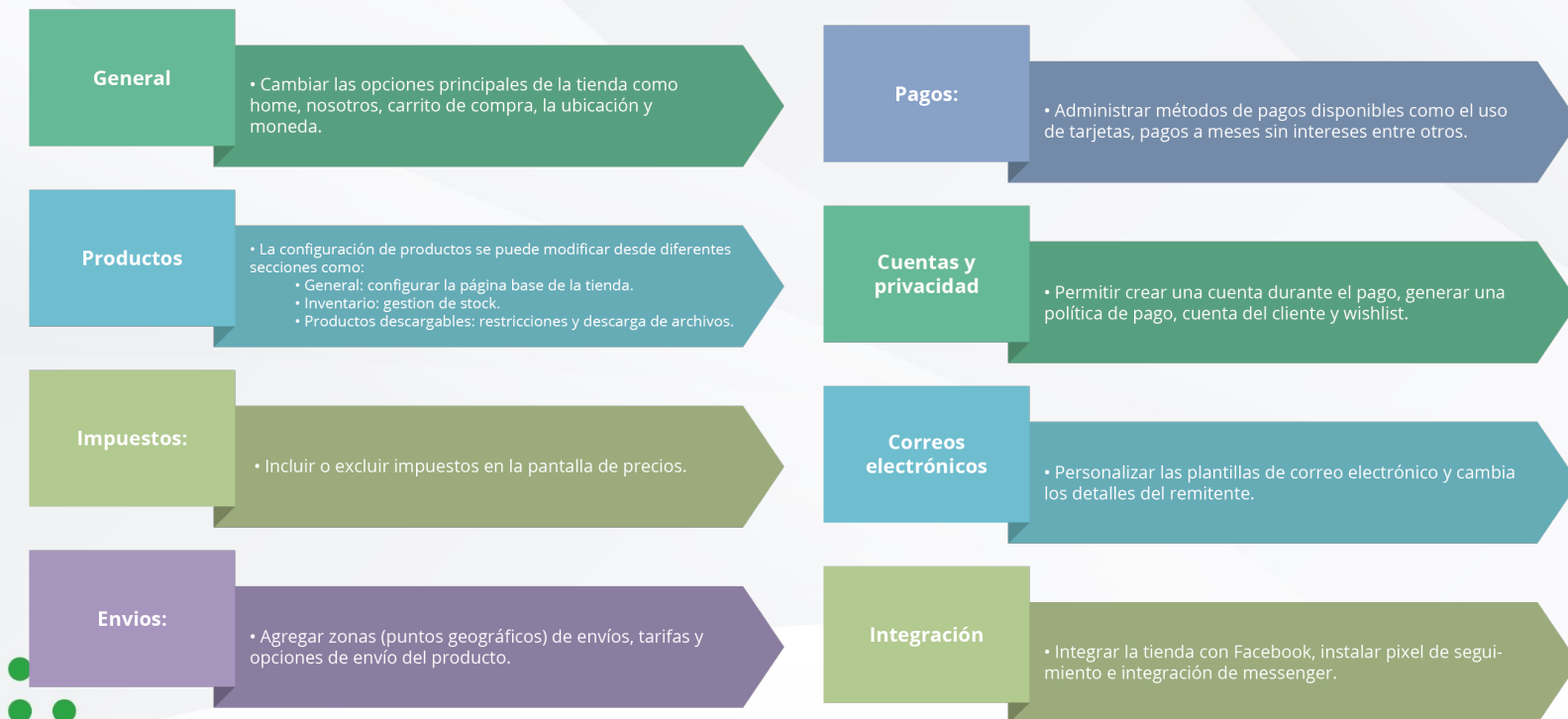




Creación y diseño de secciones con WooCommerce

Una de las ventajas de WooCommerce es que puedes personalizar, así como adaptar tu sitio a las necesidades u objetivos que tengas. Por lo tanto, se recomienda elegir un tema personalizado, de esta forma se mejora la experiencia del cliente agregando extensiones, muchas de ellas son gratuitas.

En la página de ajustes de WooCommerce puedes cambiar los ajustes principales de tu tienda. A continuación, se muestran las opciones disponibles de lo que puedes modificar y mejorar para tu tienda:





Instalación de herramientas de análisis de tráfico e indexación en Google

Analytics de WooCommerce es una herramienta de análisis de datos e información que sirve para gestionar tu tienda, para comenzar navegando en Analytics, de acuerdo con WooCommerce (2020), puede darte hasta nueve informes por consulta gracias a las herramientas avanzadas de filtrado y segmentación.

Una de las funcionalidades más importantes es el **selector de intervalo de fechas**. Permite seleccionar los intervalos de fechas para comparar los datos arrojados entre dichas fechas, en el sector personalizado, puedes ingresar las fechas de inicio o finalización usando los campos de entrada seleccionados y te mostrará el informe en el rango seleccionado.

El escritorio de WooCommerce, te permite realizar un seguimiento de las estadísticas y datos más importantes de la página web, esta sección se puede personalizar para satisfacer las necesidades de tu tienda para mostrar indicadores de rendimientos, gráficos y tablas de clasificación que están controlados por el selector de fechas que aparece en la parte superior de la página, esto te ayuda para saber los objetivos medibles en tiempo, por ejemplo en el primer trimestre cuántas ventas se obtuvieron.

Una vez que ya tienes una página instalada y registrada, es momento de informar a Google que existe la página para indexar los contenidos y añadiendo en la propiedad de Search Console, es decir, que Google rastre el contenido de su sitio web para que se almacene en la base de datos y aparezca en los resultados de búsqueda de Google.





Contesta las siguientes preguntas:

¿Cómo puedes crear un dominio único para una página web?

¿Qué es un hosting y por qué es tan importante contar con uno para un sitio web?

¿Cuál es la relevancia de tener un plugin como WooCommerce en un sitio web hecho con WordPress?

¿Por qué es importante contar con una herramienta de análisis de tráfico e indexación en Google?





Para crear una tienda online, al igual que una tienda física, se necesita tanto del terreno como de la dirección del local. El dominio es la dirección postal, el sitio web es el local y el hosting es el terreno donde está construida; pero no solo se necesita tener un local y colocar tu producto, antes debes decorarlo. Es por ello, por lo que es necesario instalar plantillas de acuerdo a las necesidades de tu negocio.

No solo es hacer una tienda, si no que se debe priorizar encontrarse entre los motores de búsqueda de Google y el usuario, es por esa razón que es importante crear la indexación con Google.





- WordPress. (2021). *WooCommerce*. Recuperado de <https://es-mx.wordpress.org/plugins/woocommerce/>



Comercio Electrónico y Automatización

Gestión y configuración de la
Tienda online





En una tienda en línea, los detalles y la configuración de esta hacen que sea mucho más fácil para ti como dueño y para tus clientes navegar en la página web.

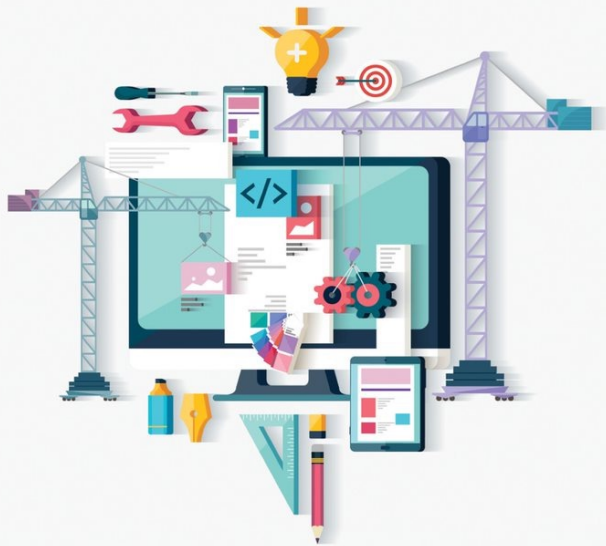
A esta infraestructura de construcción detallada se le llama **gestión de la configuración**, que en palabras de Bigelow (2021), es el proceso por el cual se controlan los servicios y recursos de tecnología de cualquier empresa.

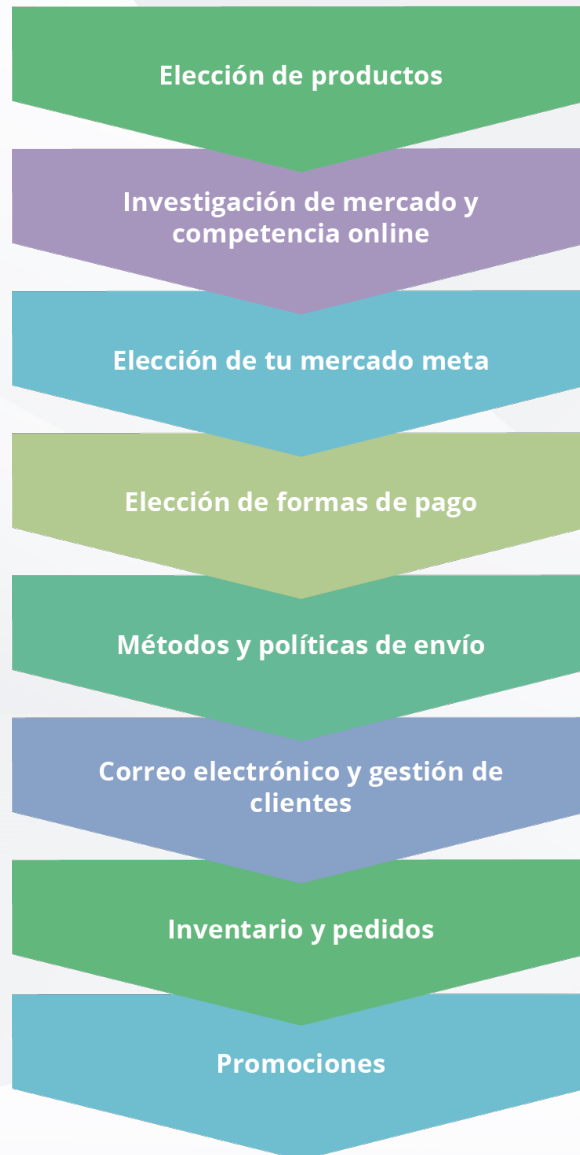
Esta gestión (acciones que se realizan para solucionar un problema o administrar una estructura) se realiza para que todos los recursos tecnológicos de la tienda en línea convivan de forma eficiente entre sí, su configuración permite que tengas control sobre estos elementos para saber, de primera mano, los problemas o dudas que pueden surgir.

Los elementos que se gestionan y configuran en una tienda online son diversos, en este tema revisarás los más importantes:

- La configuración de la tienda y los productos que tienes en la misma.
- La estructura del comercio electrónico de la tienda.
- La pasarela de pagos.
- Políticas de envíos.
- Correo electrónico y gestión de clientes.
- Inventario, pedidos y promociones.

Recuerda siempre que la gestión y configuración son pasos fundamentales de tu tienda en línea y que, como los cimientos y detalles de una casa, serán la base para el éxito de esta.





Tu tienda online tiene elementos que son necesarios ordenar y homologar para darle coherencia, y, sobre todo, para que tus clientes te encuentren más fácil y puedan usar tu plataforma de manera eficiente.

En el siguiente esquema podrás observar el proceso para configurar tu tienda online de manera general.

Como puedes observar, cada una de las etapas están pensadas para gestionar una tienda desde “cero” y aunque parezca que todos estos elementos ya los tienes o los has pensado, lo mejor es estructurarlo de esta forma para que todo tenga concordancia entre sí y tu tienda tenga el éxito que necesitas.





Elección de productos a vender

El producto o servicio que ofreces debe ser elegido meticulosamente y con un grado amplio de conocimiento del mercado, por ello, para que la elección de tu producto sea correcta debes asegurarte de que:

- El público objetivo (quien lo va a comprar) sea amplio y escalable.
- La periodicidad de compra sea frecuente, o por lo menos, se repite más de 4 veces en un año.
- La búsqueda del producto en internet sea alta
La ganancia del producto después de su venta y descuento de envíos, impuestos, publicidad, debería ser de por lo menos un 30%.
- Permita una suscripción o que el cliente se pueda afiliar para una venta recurrente.
- Existan muchos proveedores del producto en cuestión.

Hay otra clasificación de productos que tienen que ver con la disposición que se tiene de él. En el siguiente esquema, basado parcialmente en *Emprende Pyme (2021)*, revisarás esta tipología.

Físicos:

- Son los productos tangibles que debes enviar a tus clientes para su uso y disfrute. Por ejemplo, ropa o accesorios.

Virtuales:

- Son los productos descargables que solamente pueden ser usados mediante dispositivos electrónicos. Por ejemplo, música, videojuegos, libros electrónicos, etcétera.

Servicios:

- Es el tiempo invertido en realizar algo para otra persona.
- Servicios de freelance, compra de boletos, reservaciones y guías turísticas.

Suscripciones:

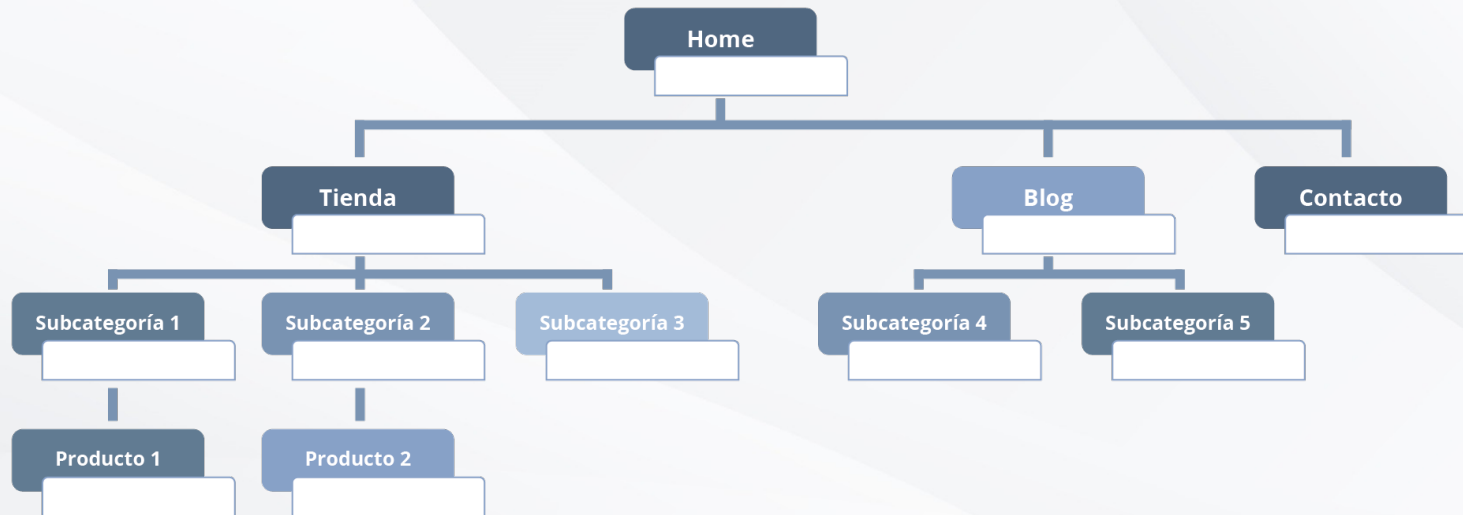
- Modalidad de transacción de productos que pueden ser físicos, virtuales o de servicios, la comodidad ayuda a generar esta idea. Videojuegos, ropa de temporada y servicios de contabilidad son ejemplos.





Tu tienda virtual debe ser intuitiva y muy fácil de navegar. La segunda perspectiva es el buscador, ya que la organización del contenido, categorías y productos deben estar jerarquizados y muy claros para ser rastreados, es decir, que tanto el cliente como Google son prioridad.

Puedes estructurar tu sitio usando papel y lápiz para crear un mapa donde inicies desde la página principal y conecte con cada una de las categorías que habías pensado en tu sitio.



El dibujo debe incluir las páginas internas que va a tener tu página web y cuál es la posición con la que se conectará con otra. El modelo dependerá de las necesidades de tu tienda. Este mapa da una ruta clara sobre qué hace y en qué momento cada que se realice un clic en la página. A este mapa se le conoce como arquitectura plana y cada nivel tiene una categoría, es por esa razón que los links van de arriba hacia abajo.





Como se menciona en 4webs (2019), una vez definida la arquitectura será más fácil hacer una elección correcta de las palabras claves:

- Home: se colocan las palabras más relevantes de búsqueda o términos principales del negocio generalmente palabras de marca o de tienda.
- Categoría: se colocan las palabras principales o secundarias en esta sección. Se entiende que se ubica una página de marca ya sea propia o relacionada.
- Subcategorías: se colocan las palabras secundarias que tengan relación con las categorías y el producto.
- Producto: se colocan las palabras específicas del producto o de la marca.



Este *Keyword Research* te ayudará a trazar la información de tu web desde los patrones de búsqueda de tal forma que se distribuya tanto categorías como subcategorías. Este punto te ayudará a determinar con claridad la sintaxis de URLs con un propósito que es segmentar SEO (Search Engine Optimization).





Pasarelas de pago

Ya que tienes la forma de la casa y lo que la contiene, debes pensar en que el usuario encuentre de forma rápida y sin complicaciones la manera de pagar antes de salir de la casa con un producto que desee.

A continuación, Osman (2020) enlista las pasarelas de pago más populares en México:

- **Conekta.**
- **Stripe.**
- **PayPal.**
- **Onepay.**



Políticas de envío

Si quieres que tu cliente se lleve una buena experiencia será necesario pensar en cómo llegará el producto a sus manos, porque una parte importante de la construcción de tu tienda online, si es que vendes productos físicos, es la de realizar envíos.

Para buscar cómo hacer envíos baratos y gestionarlos debes conocer varias plataformas que te ayudarán a realizarlos como las siguientes:

- **MiEnvio.**
- **Pack&pack.**
- **Envia.com.**



Gestión de inventario, pedidos y promociones

Un cliente ha estado observando los productos que tienes en tu tienda y ha regresado a verlos en varias ocasiones, ya se encuentra entusiasmado por su compra, solo que hay un problema, el producto se encuentra agotado.

El software de gestión de inventario podría ser la diferencia entre perder clientes y mantenerlos.

A continuación, se destacan las mejores opciones que se adaptan a WooCommerce para realizar inventarios:

- **StitchLabs.**
- **Dear Systems.**
- **Katana.**



Configuración de correos electrónicos y gestión de clientes

En la tienda virtual, hay que colocar un formulario de forma visible para que los usuarios se suscriban y den su información para formar parte de la base de datos con la que cuentas de clientes frecuentes, por ello es importante crear una relación duradera con tus clientes.

El email marketing es una herramienta por medio de la cual una marca puede comunicarse con el cliente de manera íntima y personalizada a través de correos electrónicos, de esta manera puedes construir confianza con tus clientes.





Contesta las siguientes preguntas:

- ¿Qué elementos se consideran en el proceso de configuración de una tienda online?
- ¿Cuáles son las claves que debes considerar para elegir qué producto o servicio vender en la web?
- ¿Cuál es el orden en que se estructura una página web y qué sigue después de hacerlo?
- ¿Cómo pueden las pasarelas de pago, políticas de envío y una adecuada gestión del e-commerce mejorar la experiencia del cliente?





Para construir una tienda online es necesario comenzar a planear cada detalle que hacen la diferencia entre tu marca y la competencia, y como cada casa se busca que sea única y sobre todo reconocible entre la multitud. Es por ello que es importante planear desde el producto a elegir, la forma de pago para instalar en la página web, conocer los costos y comisiones. Así como las políticas de envíos y la gestión de inventario, sin olvidarse del email marketing, el cual ayuda a atraer a clientes con productos en específico.





- 4webs. (2019). *Arquitectura SEO web para E-commerce*. Recuperado de <https://www.4webs.es/blog/arquitectura-web-seo-para-e-commerce>
- Bigelow, S. (2021). *Gestión de la configuración*. *Computer Weekly*. Recuperado de <https://www.computerweekly.com/es/definicion/Gestion-de-la-configuracion>
- Emprende pyme. (2021). *Tipos de productos disponibles para vender en un e-commerce*. Recuperado de <https://sell.emprendepyme.net/clasificacion-productos-e-commerce.html>
- Osman, M. (2020). *Los mejores métodos de pago online para usar en WordPress*. Recuperado de <https://es.godaddy.com/blog/los-mejores-metodos-de-pago-online-para-usar-en-wordpress/>



Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, estas se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

Todos los derechos reservados @ Universidad Tecmilenio

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor. El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO. Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.

