

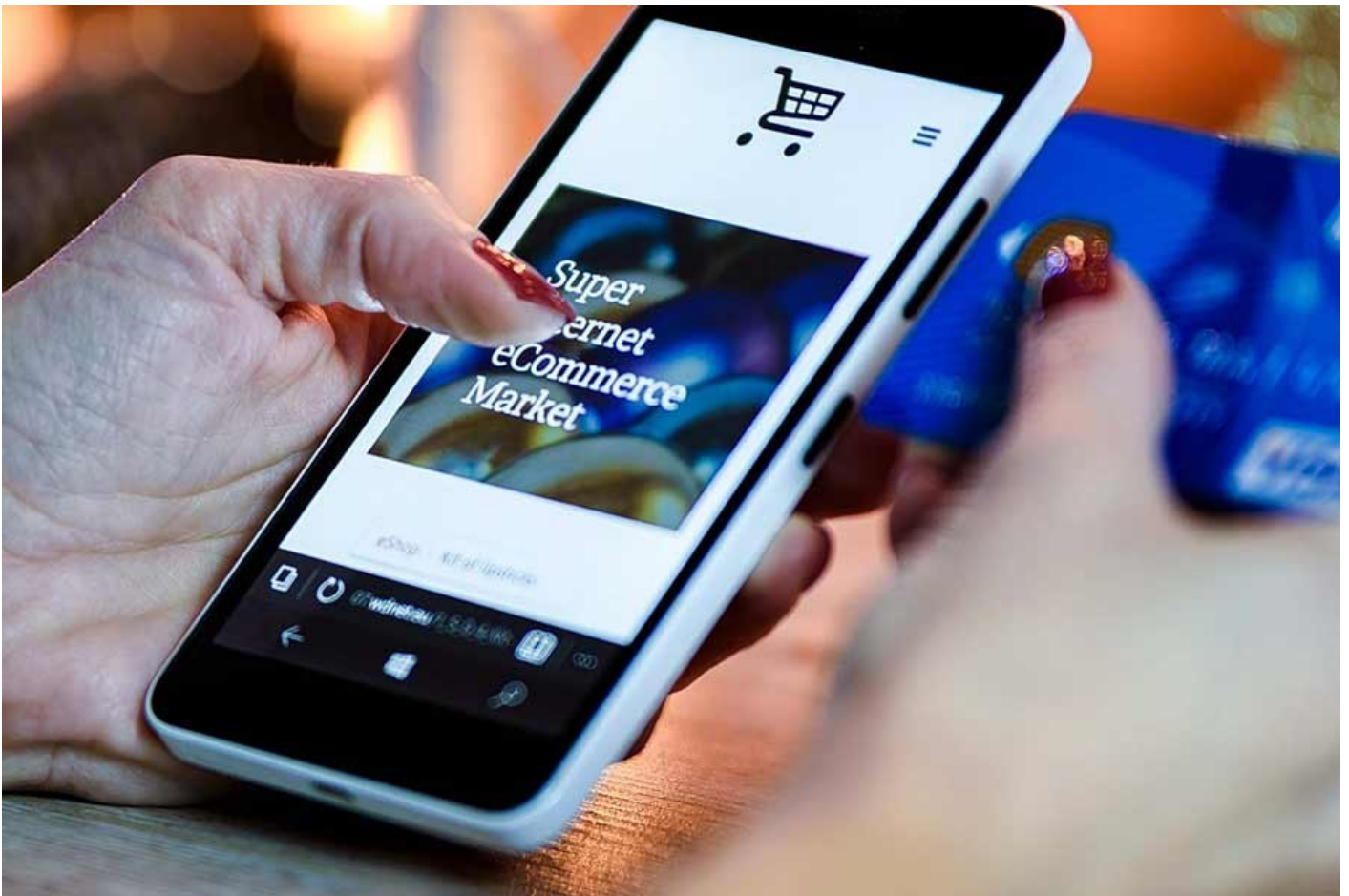
# Impulsa tu negocio en línea durante esta contingencia por el COVID-19



La contingencia a causa del **coronavirus** y el **COVID-19** puede ser **una oportunidad** para encontrar nuevos caminos para las **pequeñas y medianas empresas**.

Así lo considera **Andrés Hernández**, asesor de programas de aceleración del **Instituto de Emprendimiento Eugenio Garza Lagüera**.

El experto de negocios del Tec enlistó algunos consejos para que logres que tu negocio aproveche recursos del **comercio digital**.



width="900" loading="lazy">

## 1. LO PRIMERO ES TENER PRESENCIA

Para que tu negocio aparezca en línea lo primero que recomienda Andrés es utilizar [Google Mi Negocio](#).

En esta plataforma creas una cuenta para que **tu negocio aparezca en las búsquedas en Google maps con información de contacto** y donde puedes poner tu **horario de apertura y cierre**.

Además puedes tener **reseñas de tu negocio** y **responder preguntas** que la gente haga sobre tu negocio, entre otras cosas.

Sólo ingresa al sitio, llena la información de tu empresa y crea tu cuenta.

*“Es el primer paso para tener presencia”, aseguró Hernández.*

## 2. Y AHORA, UN SITIO WEB

Luego de tener presencia en línea, Hernández asegura que el siguiente paso es **crear un sitio web sencillo, definir un nombre y tener un dominio**.

Ya sea que cuentes con conocimientos para hacerlo usando [WordPress](#) u otros similares o utilizando sitios de creación de páginas web como [WIX](#) o [GoDaddy](#), que **tienen plantillas** y

algunas versiones gratuitas.



width="900" loading="lazy">

### 3. ¿Y LAS REDES SOCIALES?

Antes de lanzar miles de pesos en **campañas en todas las redes sociales**, Hernández asegura que lo primero que debes hacer es **preguntarte a qué personas quieres llegar**.

*“No pienses en qué vendes, **sino a quién le estás ayudando a solucionar una necesidad**, si es a adultos mayores, a niños o a jóvenes”,* indicó.

El experto asegura que **una vez definido eso puedes hacer una cuenta en la red social en la que esté tu público meta** e interactuar con ellos, sea **Facebook, Instagram o Tik Tok**, entre otras.

Algunas de estas plataformas ofrecen la opción de pagar por anuncios por lo que Hernández recomienda segmentar tus publicaciones al público al que quieres llegar.



width="900" loading="lazy">

#### 4. LANZA TU TIENDA EN LÍNEA

Si necesitas habilitar una manera para **recibir pagos** existen opciones que lo hacen en automático como [WooCommerce](#) o [shopify](#).

Por ejemplo, en esta última plataforma ofrece acceso gratuito por 90 días, puedes **crear una tienda en línea** y **gestionar los pagos que recibes**.

También puedes usar plataformas como [Mercadopago](#) o [PayPal](#) donde creas un usuario e ingresas una cuenta bancaria desde la que puedes enviar y recibir dinero.



width="900" loading="lazy">

## 5. EL CORREO ELECTRÓNICO NO HA PASADO DE MODA

Para Hernández, el uso del **correo electrónico para mejorar tu marca o negocio es una de las estrategias más eficientes que existen todavía.**

El experto recomienda **crear un blog con contenido relacionado tu negocio**, útil para las personas con fuentes confiables e información interesante.

Así puedes ir recopilando **una base de datos de gente interesada en los servicios o productos que vendes y puedes enviarles promociones o información, entre otras cosas.**

Una de las plataformas de gestión que puedes usar para hacer **email marketing de manera gratuita** es [Mailchimp](#) o hay **opciones de pago** como [Hubspot](#) y [RD station](#), entre otras.

## 6. UTILIZA WHATSAPP BUSINESS

Esta aplicación funciona de manera similar al whatsapp que usas para estar en contacto con familia y amigos, pero con la diferencia de que **puedes dar atención personalizada a tus clientes.**

Solo descarga la [app](#), añade un número de teléfono y llena la información; luego estarás listo para hacer **listas de envíos simultáneos de hasta 256 personas.**

*“Para las tiendas esta opción es muy valiosa. Mandas catálogos de productos, mensajes de promociones y puedes organizar tus mensajes y tener autorespuestas”,* indicó Hernández.

## 7. ALIANZAS PARA LAS ENTREGAS

**Uber Eats, Rappi, Didi o Cornershop** son algunas plataformas con las que puedes trabajar para ofrecer tus productos o servicios de comida y paquetería.

*“Depende del segmento en el que estés: Cornershop es más para las tiendas y los otros son más orientados al día a día como a restaurantes”, puntualizó el experto.*



width="900" loading="lazy">

**SEGURO TAMBIÉN QUERRÁS LEER:**