



Construir confianza es la clave del negocio digital

Alberto Blanch

Responsable de Desarrollo de Negocio de Presencia Web de [Arsys](#)

A la hora de idear un plan de negocio online, ya sea para una *start-up* para un negocio tradicional que se lanza a Internet, es bastante común centrarse en los aspectos técnicos, como el diseño o los elementos gráficos. Sin embargo, debemos ser conscientes de que el internauta es el eje sobre el que gira nuestro negocio digital, no la tecnología.

El internauta es nuestro consumidor: a él nos dirigimos y él determinará el éxito o fracaso de nuestro proyecto. Y los consumidores valoramos, sobre todo, la confianza. Adquirimos los productos o servicios que necesitamos a las empresas que se han ganado nuestra confianza. Y si así sucede en las transacciones que cerramos en el mundo real, todavía más en el mundo online,

cuando la acción de compra se efectúa delante de una pantalla.

Así, los principales esfuerzos de nuestra estrategia de ventas online deben encaminarse a un único objetivo: ganarse la confianza del internauta. Conseguirlo no es tarea fácil, pero tampoco tiene que ser costosa. Uno de los elementos más determinantes es la información que facilitamos en nuestra página web. Información de nosotros mismos, de nuestros productos, de las políticas de promoción y devolución y también de nuestros certificados o mecanismos de seguridad.

Solo con información transparente (la misma que exigimos como consumidores), podremos convencer a los internautas de que nuestra tienda y nuestros productos son dignos de su confianza y

de su desembolso. Exactamente igual que sucede en el comercio a pie de calle. Solo que aquí, en Internet, nuestra página web es nuestro escaparate, nuestro comercial y nuestro responsable de atención al cliente. ■

