

 <p>Nº 5 - MAYO DEL 2011</p> <p>www.autoes.es</p>	<p>Para recuperar nuestras ventas debemos utilizar todos los medios a nuestro alcance.</p> <p>Uno de los pilares en el que podemos apoyar nuestra actividad comercial es nuestra página web.</p> <p>¿Qué requisitos debe cumplir? ¿Qué contenidos debemos darle para que sea más efectiva? ¿Cómo podemos medir la eficiencia de nuestra web? ¿Qué es eso de gestionar la web? ¿Qué podemos hacer para que seamos “encontrables”?</p> <p>Agradeceremos cualquier comentario, sugerencia, aportación,... que nos hagáis llegar.</p> <p>Contacto: comercial@autoes.es</p>
---	---

¿CUAL ES LA FUERZA DE VENTAS DE NUESTRA WEB?

La página web es una de las posibles maneras de promocionar nuestra actividad comercial. Conviene que nos paremos un poco a analizar los pros y los contras de esta nueva manera de llegar a posibles clientes.

Un folleto impreso tiene una efectividad muy limitada, normalmente reducida a un único receptor y por un tiempo muy breve. La web esta disponible las 24 horas del día para cualquier persona que tenga acceso a Internet.

La impresión del folleto y su reparto implica un gasto efectivo por cada folleto. Los contenidos que pongamos en la web tienen un coste genérico que no depende del número de personas que lo lean.

Por los motivos que acabamos de nombrar nuestra web es probablemente la mejor herramienta de marketing con la que contamos en la actualidad.

Para que nuestra web sea efectiva:

- 1) Tenemos que llenarla con unos contenidos que “enganchen” a los posibles interesados en las actividades que nosotros desarrollamos.
- 2) Tenemos que promocionar nuestra propia web: en los folletos o en cualquier documento que utilicemos (presupuestos, ...), a través de e-mail, ...
- 3) Tenemos que ser “encontrables”. La gente utiliza un “buscador”, muy probablemente “google”. Y lo normal no es que nos busquen directamente a nosotros (“autoescuela fulano”), si no que busquen “autoescuelas” (+ “población”) , “permiso B”, permiso A1, ... Si se lo ponemos difícil probablemente no nos encontrarán nunca.
- 4) La web tiene que ser dinámica: una web que siempre dice lo mismo, año tras año, es puramente testimonial. Y no servirá nunca para aumentar nuestras ventas.
- 5) La web tiene que ser interactiva: tenemos que dar la posibilidad de que el usuario pueda comunicarse con nosotros, obtener un presupuesto o contratar una oferta

que hayamos hecho o, simplemente, expresar su opinión.

- 6) Tenemos que controlar la efectividad de nuestra web: cuantas personas han entrado al día, en una semana, en un mes, ...; cuantas páginas han visitado; cuanto tiempo han estado; de qué población son, ... Porque lo que no se mide y se cuantifica difícilmente se puede mejorar.
- 7) Tiene que ser funcional: tenemos que poder cambiar o añadir contenidos sin necesidad de que intervenga un especialista en la materia.
- 8) Tiene que ser ágil: si se tarda en acceder al contenido que realmente interesa o hay que hacer varios clics para comenzar a ver algo, si la presentación es rimbombante pero lenta,... estamos preparando el abandono de la visita.
- 9) Los mensajes que queramos destacar tienen que ser lo más breves posible. Si el titular o el resumen ha conseguido despertar la curiosidad del visitante, habrá muchas posibilidades de que acceda a leer el contenido completo.
- 10) La web tiene que ser agradable y acogedora. Las web con botones que conducen a sitios inesperados o que generan mensajes de error... producen publicidad negativa.
- 11) La web tiene que ser clara y sencilla: los alardes excesivos de diseño, los textos genéricos que no dicen nada, el abuso del flash, ... también provocan rechazo.
- 12) Tenemos que destacar perfectamente los puntos fuertes o las características fundamentales de nuestra manera de trabajar para generar confianza y buen rollo.



Programas de gestión comercial para autoescuelas



Gestión diaria de autoescuelas



Facturación y contabilidad

Teléfono : 963971561

www.autoes.es comercial@autoes.es