

# ¿CÓMO TENER ÉXITO CON tu tienda EN LÍNEA?



WebSelf.net

## GLOSARIO

### **La preparación**

Prepárate bien

Encuentra el nombre de tu tienda / dominio

Genera confianza con tu cliente

### **La gestión de tu tienda**

La ficha de producto

Valoración del producto

Los precios

Soluciones de pago

Proveedores confiables y reconocidos

Avisos legales / Condiciones de uso

Honrar los pedidos / Negociar / Encontrar el proveedor de entrega

Gestión de stocks

Gestión de devoluciones/reembolso

### **Marketing**

Esfuerzos de comercialización

SEO

## Configura tu tienda web

Añadir una tienda en línea

Administrar tu tienda en línea

Pedido

Catálogo

Productos

Categorías

Entrega

Códigos promocionales

Configuración

General

Impuestos

Stock

Divisas

Pago

Páginas





¿Siempre has soñado con tener tu propia tienda en línea? ¿Quiere diversificar tus servicios y vender internacionalmente? ¿Deseas aumentar tus ingresos mensuales?

¡WebSelf ofrece la guía " Cómo tener éxito con tu tienda en línea " para acompañarte en los aspectos esenciales! ¿Listo para comenzar?

## LA PREPARACIÓN

### ***Prepárate bien***

Antes de comenzar, es importante observar la competencia en tu mercado y estudiarla para ver qué puntos de diferencia puedes aportar. Analiza tus fortalezas y debilidades mientras implementas una estrategia exitosa para destacarte.

Antes de lanzar oficialmente tu tienda en línea, asegúrate de tener una idea clara sobre tu negocio: inventario, presupuesto, costos recurrentes, entrega, métodos de pago disponibles, publicidad, clientes objetivo, etc. Esta información es clave durante la planificación. Por otro lado, es crucial estar bien preparado antes de dar el gran salto.

¡No querrás encontrarte en situaciones desafortunadas con clientes descontentos desde el principio!

Una buena forma de asegurarse de estar 100% preparado es crear un plan de negocios, teniendo una imagen clara de tu negocio desde el principio. También hacer una investigación de mercados para analizar a tus competidores y a tu mercado objetivo.

### ***Encuentra el nombre de tu tienda / dominio***

Un paso importante en el desarrollo de tu tienda en línea es encontrar un nombre para tu tienda o tu nombre de dominio. Idealmente, el nombre de tu tienda se debe encontrar en tu nombre de dominio, para que sea más fácil encontrarte para tu clientes potenciales.

Toma el tiempo necesario en esta etapa: intercambia ideas y habla con otras personas o trata con una agencia. Elige una marca que te represente y que sea memorable. Cuando encuentres el nombre ideal para tu tienda, asegúrate de que el nombre de dominio deseado esté disponible.

### ***Genera confianza con tu cliente***

Una parte importante de los consumidores todavía no compra en línea. ¿Por qué? La mayoría de las veces no es un problema tecnológico, sino una cuestión de confianza. Temen los problemas relacionados con la entrega, la seguridad de su información bancaria o temen ser estafados. Por lo tanto, es importante generar un clima de confianza entre tu cliente y tu. Es necesario que el diseño de tu sitio sea profesional para generar esta confianza, pero también, y sobre todo, es necesario encontrar algunos elementos que puedan ayudarlo a perder el temor, como una descripción de tu

empresa, las políticas de reembolso, las opiniones de los clientes satisfechos, etc. No olvides incluir tu información de contacto: es esencial encontrar el nombre de la empresa, la dirección postal, la dirección email, y el número de teléfono. Estos elementos validan la seriedad de tu empresa.

Una buena forma de generar esta confianza desde el principio es preparar una lista de "Preguntas Más Frecuentes" (PMF) y sus respuestas, accesibles a tus visitantes. Esta página debe ser de fácil acceso y responder a las preguntas más relevantes de tus clientes potenciales. Sin embargo, también debes estar disponible para responder cualquier otra pregunta, ya sea por chat, email o teléfono. El pago también es un punto de acceso para los clientes, es muy importante indicar que tu sitio es seguro y que el pago por consecuencia es seguro.

Analizaremos este tema con más detalle, en la sección 'Pago'.

## LA GESTIÓN DE TU TIENDA



### ***La ficha de producto***

El elemento central de tu tienda en línea es el producto, ya sea físico o digital. La información detallada de cada producto se encuentra en lo que se llama la ficha de producto. Esta ficha tiene un

verdadero papel de "vendedor" para tu tienda. Necesita ser lo más atractiva y completa posible para que los visitantes deseen hacer clic en el botón de llamada a la acción "Agregar a la cesta". En esta página, se debe mencionar toda la información obligatoria del producto, incluido el tamaño y el precio, así como otra información relevante, como por ejemplo, material, procedencia, etc.

Además del rol de vendedor, la ficha de producto es la principal fuente de SEO para tu sitio. Por lo tanto, es importante trabajar con textos para mejorar la posición de tus productos en la búsqueda.

¡No olvides utilizar tus palabras clave!

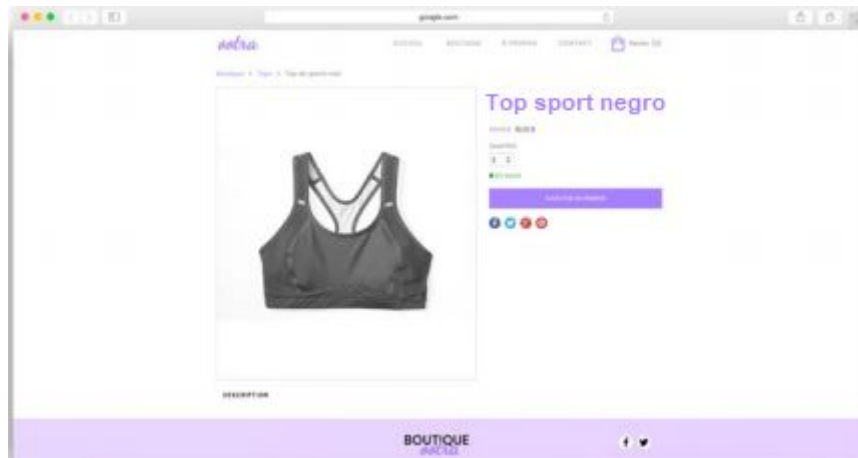
En resumen, esta ficha se usa para seducir al cliente, convertir la visita en una venta y mejorar tu posicionamiento en los motores de búsqueda.

### **Valoración del producto**

¿Cómo resaltar el valor del producto en esta famosa ficha? Bien, existen diferentes cosas que se toman en consideración como la estética y las acciones de marketing:

**Acciones de marketing:** ¡no olvides que una ficha de producto tendrá el rol de vendedor de tu producto! Sin escribir textos interminables, asegúrate de tener toda la información necesaria, teniendo cuidado de insertar palabras clave que serán relevantes en la optimización de tu SEO. En resumen, cuando tus clientes vean esta ficha, no deberían tener preguntas adicionales sobre el producto. Se diligente y escribe una hoja de producto para cada uno de tus productos. Es una tarea difícil, pero que ciertamente valdrá la pena.

**Estética:** el aspecto visual es muy importante. Es por eso que tus imágenes deben representar la seriedad y profesionalismo de tu negocio. Necesitas fotos profesionales de tu producto. En particular, es importante tener tus imágenes recortadas. Existen diferentes herramientas para hacer esto, pero también puedes hacerlo a través de un fotógrafo cuyo trabajo es resaltar tu mercancía.



### ***Los precios***

Desde el principio debes tener claro tus precios. Si tu lista de productos no contiene el precio, los clientes simplemente irán a otra parte. El precio es un elemento muy importante: los visitantes de tu tienda prefieren estar informados por adelantado que tener la sorpresa una vez que son en la etapa de realizar el pago. Por lo tanto, es importante mencionar tus precios y tener en cuenta tus ofertas. Si decide ofrecer un descuento en un determinado producto, no olvide ingresarlo en la ficha del producto (con el precio inicial) o tener una sección completa dedicada a las ofertas en tu sitio. Lo mejor es ser honesto y claro sobre las tarifas por adelantado para evitar clientes insatisfechos, ya sea por el envío, impuestos o el precio del producto.

### ***Soluciones de pago***

Para garantizar una buena experiencia del cliente, debes ofrecer varias soluciones de pago. Hoy en día, el método más común de pago en línea es con tarjeta de crédito. Sin embargo este, no es el único. De hecho, a las personas les gusta tener opciones, por lo que sí es posible para ti, dáselas la oportunidad de pagar con PayPal, cheques, etc.

Si ofreces varios métodos de pago, debes ser diligente y estar bien organizado. Asegúrate de haber recibido el pago antes de organizar el pedido y, sobre todo, ¡no envíes nada hasta que hayas recibido el pago completo! Esto puede evitar muchos casos de falta de pago o fraude.



Hablando de fraude, mencionamos un poco antes que el pago es un punto que hace que muchas personas duden en hacer sus compras en línea. Es por eso que debe protegerlo por cualquier medio posible, comenzando por mencionar que ofrece pagos seguros. También asegúrate de que tu sitio tenga el protocolo https, que le asegurará al cliente que tu sitio web es seguro. Genera confianza desde el principio con tus clientes y ofrece ayuda en caso de dudas.

### ***Trata con proveedores confiables y reconocidos***

Para evitar problemas, es mejor tratar con proveedores confiables y reconocidos, que proporcionarán un buen servicio para tí y tus clientes. Este paso, tómate tu tiempo, porque puedes encontrarte en una situación difícil. Comienza a hacer pruebas antes de embarcarte con un nuevo proveedor: es una relación de confianza que debe construirse poco a poco.

### ***Avisos legales / condiciones de uso***

Cuando tenemos un sitio, y aún más cuando se trata de una tienda en línea, hay leyes que debemos respetar y debemos implementar. Estos difieren de un país a otro, por lo que es importante conocer los pasos a seguir.

Los elementos son casi obligatorios en cada país, como las condiciones generales de venta, el período de retractación, la información clara sobre tarifas y métodos de entrega, etc.

Para asegurarse de respetar todos estos elementos, es importante consultar a las organizaciones que gestionan estos aspectos en tu país o consultar a un abogado que podrán indicarte todas las medidas que debe tomar.

### ***Honrar sus pedidos / Negociar / Encontrar el proveedor de entrega***

Una vez que el cliente ha pagado, otra aventura comienza: La entrega. Después del pago, el cliente solo tiene un objetivo: que el producto sea entregado lo más pronto posible y al menor costo.

Mientras más espere el cliente, menos satisfecho estará. Por lo tanto, es crucial reducir este tiempo de espera y, por lo tanto, considerar la entrega como un elemento clave para el éxito de tu tienda.

En tu plan de negocios, pueden existir diferentes enfoques: enviar cada pedido de inmediato, pero esto lleva mucho tiempo; optar por enviar los pedidos una o dos veces por semana, o cada 1 y 15 del mes (según tu actividad y el contexto de ventas). Depende de ti encontrar el compromiso correcto sobre esto. No importa que opción elijas, toma en cuenta que tienes que decir la verdad al cliente y explica los plazos. Por lo tanto, los clientes saben si deciden comprarte a tí y cuánto tiempo esperarán.

También debemos encontrar el proveedor que se ocupará de la entrega. Por supuesto, hay compañías nacionales como La Poste en Francia, Canadá. En general, si alcanza un cierto volumen de envío, es posible y preferible celebrar un contrato con estas compañías. Se le facturará una vez al mes, en lugar de cada envío. También puedes pensar en empresas especializadas en entregas rápidas como DHL, UPS, Fedex, etc.

En el proceso de satisfacer al cliente, es importante, ofrecer una variedad de posibilidades de entrega y no limitarse a una, con el fin de satisfacer al cliente tanto como sea posible. Podrán elegir según sus necesidades, como el lugar de entrega, la velocidad de envío, la facilidad de devoluciones o cambios y el costo. La entrega a domicilio sigue siendo, con mucho, el método preferido de los clientes.

Para la imagen de tu tienda, es importante enviar el producto en UN paquete de calidad. Esto será importante en primer lugar para asegurar los envíos, pero también para proyectar una imagen positiva de tu sitio.



### ***Gestión de stocks***

La gestión de stocks (inventario) es muy importante en el comercio electrónico, requiere de rigor.

De hecho, los problemas de stock, al igual que en una tienda física, son recurrentes en Internet. Sin mencionar que la escasez del producto puede alargar el tiempo de entrega y hacer que los clientes estén insatisfechos.

La solución más simple es mostrar un producto solamente cuando se tiene en stock. Sin embargo, si no lo muestras porque no lo tienes en stock, es como si el producto no existiera y no pudiera ser ofrecido. Es más interesante dejarlo presente, pero evitar poderlo enviar a la cesta.

Si te preocupa tener un gran pedido y quedarte si el producto, es posible desactivar la compra del producto tan pronto como tengas una pequeña cantidad. Esto limitará el riesgo.

Sin embargo evitar caer en el punto opuesto y tener todo en exceso. Porque esto está asociado a un costo, comprar más productos de los necesarios, pero también porque debes tener la capacidad de almacenarlo. Y, por último, el exceso de existencias de un producto puede obligarte a bajar los precios y / o tener que deshacerte del producto en cuestión para hacer espacio, y de ese modo reducir tus márgenes de ganancia.

Finalmente, no debemos olvidar que dependiendo del país (este es particularmente el caso en Francia) la ley exige que las compañías realicen al menos un inventario por año. Esto último te permite a tí y a la administración tributaria hacer un inventario de los activos y pasivos de la compañía.

### ***Gestión de devoluciones***

Te preocupas por la satisfacción de tus clientes e incluso si ha definido tus productos (precio y características), otra situación que debes prever es recibir solicitudes de reembolso. De hecho, a veces puede haber problemas, ya sea con el paquete, el producto, etc. En este caso, ingresamos al proceso de administración de devoluciones del cliente, con el famoso reembolso enfocado. No puedes escapar, es la ley. El cliente tiene un período de retractación, que puede variar según el país o el tipo de producto, sin tener que justificar razones o pagar alguna deducción. En Francia, este período es de 14 días desde 2014.

Por lo tanto, es crucial poner en práctica una política de devoluciones / cambios simple y fácil.

## MARKETING

### ***Esfuerzos de comercialización***

Puedes trabajar duro en una tienda en línea visualmente impecable y funcional, pero si no tienes tráfico, desafortunadamente tus esfuerzos no llevarán a nada. Hay muchas maneras de atraer clientes a tu tienda, sin embargo tendrás que hacer algunos esfuerzos de marketing para lograr esto.

**Redes sociales:** es muy importante estar presente en otras plataformas además de tu sitio web.

Para que pueda hacer enlaces entrantes y salientes a tu tienda, así como anunciar a tus clientes,

ya sean futuros o presentes, tus noticias, ventas, anuncios especiales, horarios de apertura, política de reembolso, etc.

**Publicidad:** podría ser bueno tener un presupuesto para publicidad, ya que hoy en día no se puede confiar solo en el boca a boca. Afortunadamente, hay varias formas muy económicas de publicitar. En las redes sociales, por ejemplo, tienes la oportunidad de hacer los anuncios, y tienes control total sobre el presupuesto y el público que deseas alcanzar. También hay varios foros o páginas de Facebook donde puedes promocionarlos: ¡la gente necesita saber!

**Concursos- Promociones:** cuando se es una empresa de nueva creación, tu primer objetivo debe ser darte a conocer, más específicamente a tu público objetivo. Una buena forma es ofrecer promociones en las primeras compras, concursos en Facebook o descuentos en los costos de entrega. ¡Se creativo!



### **Posicionamiento**

En el mismo orden de ideas, si pasas mucho tiempo para asegurarte de que tu tienda en línea es totalmente funcional, es necesario asegurarse también de que la gente pueda acceder a ella fácilmente. Existe, como el marketing, un gran esfuerzo para maximizar tu posicionamiento en los

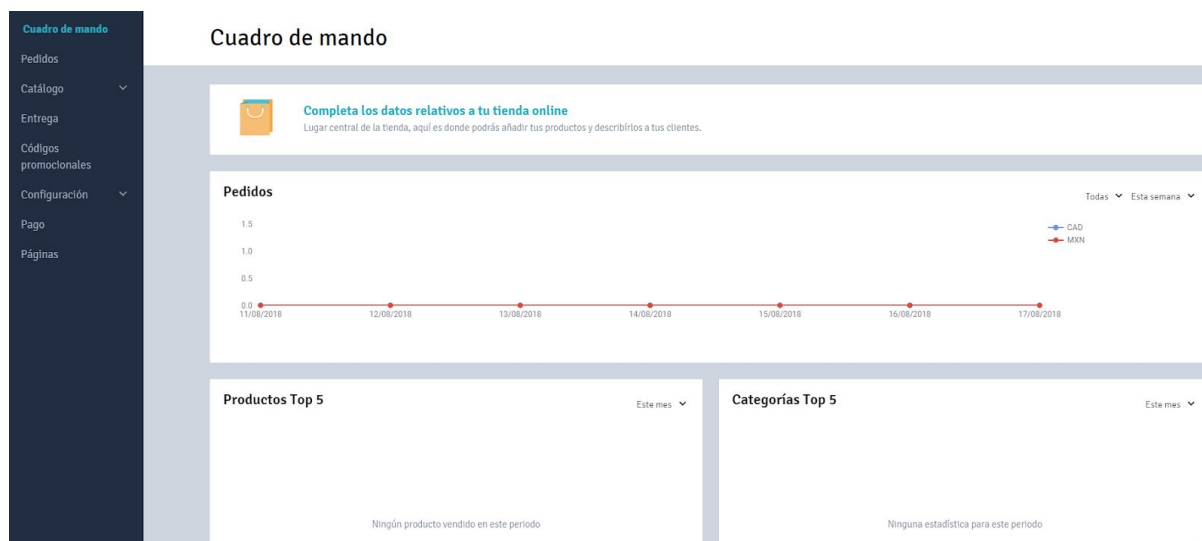
resultados de los motores de búsqueda. En primer lugar, asegúrate de que cada imagen tiene un título y una breve descripción, esto se llama el atributo ALT. Luego, escribe tu contenido cuidadosamente agregando palabras clave. Evita el contenido duplicado a toda costa, ¡ya que Google y otros motores de búsqueda te castigarán severamente! Si ves una tienda en línea vende los mismos productos que tu, o si el fabricante vende el producto en línea también, asegúrate de que tiene una descripción del producto diferente! Aumenta el número de enlaces que apuntan a tu sitio: ¡esto aumentará su notoriedad, y los robots del motor de búsqueda te tomarán en serio! Para hacer esto: forma asociaciones, colaboraciones, crea un blog que se pueda compartir, suscribete a los directorios en papel o en línea, etc.

## CONFIGURA TU TIENDA WEBSSELF

### ***Añadir una tienda en línea***

Con WebSelf, crea una tienda en línea fácilmente. Agregar un módulo "Tienda" a tu sitio te permitirá realizar la venta en línea desde tu sitio web. Para agregar una tienda, haga clic en la pestaña 'Tienda' en la barra de administración. Eso es todo, ¡tu tienda en línea ha visto la luz! ¡Todo lo que resta es agregar productos, imágenes, métodos de pago, las divisas deseadas y administrar tu stock!

Toma en cuenta que la página de la tienda tendrá, por defecto, 4 artículos. Para editar estos artículos, consulta la sección a continuación, "Gestionar tu tienda en línea".



## Gestionar tu tienda en línea

Webself te ofrece la posibilidad de gestionar tu tienda en línea fácilmente desde tu Cuadro de mando. En la pestaña 'Tienda', verás, a tu izquierda, todos los aspectos de la configuración que puedes gestionar y modificar.

**Cuadro de mando:** consulta los pasos para poner en marcha tu tienda. También puedes realizar un seguimiento de tus pedidos, los 5 principales productos y categorías más vendidos, así como las tendencias de ventas.

**Pedidos:** Gestiona tus pedidos.

### Catálogo:

**Productos:** modifica o agrega productos fácilmente.

**Categorías:** edita o agrega categorías fácilmente.

**Entrega:** configura los métodos de entrega para tus productos.

**Códigos promocionales:** crea códigos de promoción para tus productos.

### Configuración:

**General:** configura la información general de tu empresa, personaliza la información legal, unidad de medida, factura y el proceso de pago.

**Impuestos:** establece los impuestos aplicables a tus productos.

**Stock:** gestiona el inventario de tus productos.

**Divisas:** establece las divisas aceptadas.


**Pago:** elige los métodos de pago de tu tienda.

**Páginas:** personaliza la información utilizada para comunicarte con tu cliente.

## Pedidos

**Pedido** IMPRIMIR EXPORTAR

Buscar Todos los estados Todos los tipos

#	FECHA	CLIENTE	TOTAL	TIPO	ESTADO	PAGO
#3	25/05/2018	 test webseff DADORVAL@WEBSELF.NET	0,00 \$ CAD	Pago fuera de línea	Completado	En espera

PEDIDOS POR PÁGINA: 10

En la sección 'Pedidos' está la lista de todos tus pedidos. Cada vez que un cliente realiza un pedido, se agrega una línea.

En la barra de Configuración de tus Pedidos, puedes modificar las siguientes opciones:

1. Pedidos por página: puede elegir cuántos pedidos mostrar por página en la lista desplegable.
2. Estado del pedido: puedes filtrar tus pedidos por: Todos, Anulado, Pendiente, Pago fallido, Completado, Enviado
3. Barra de búsqueda: te permite buscar una factura en particular

## Catálogo

En la sección ' Catálogo' estas son tus opciones:

### Productos

Es en esta sección que podrás agregar y modificar tus productos.

Primero, deberás hacer clic en '**Añadir un producto**'.



## Datos de producto

NOMBRE DE PRODUCTO

Español ▼

Pulsera

PRECIO

14.90

\$ CAD

DESCUENTO

0.00

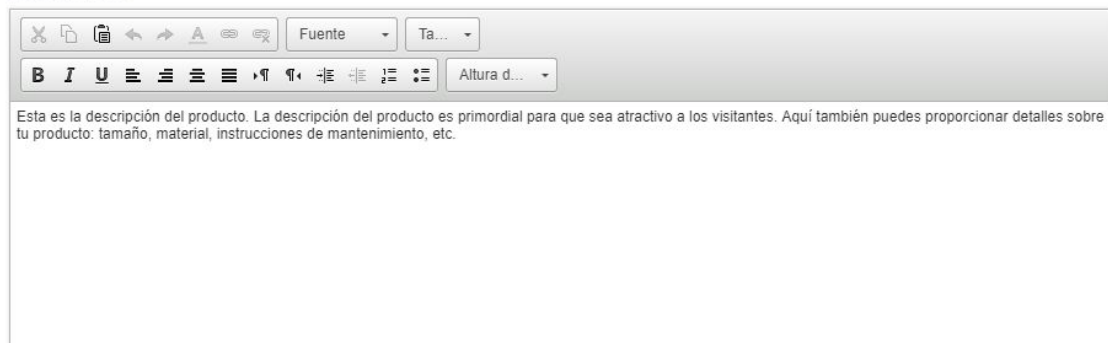
%

PRECIO DESPUÉS DE DESCUENTO

14.90

\$ CAD

DESCRIPCIÓN ⓘ



Esta es la descripción del producto. La descripción del producto es primordial para que sea atractivo a los visitantes. Aquí también puedes proporcionar detalles sobre tu producto: tamaño, material, instrucciones de mantenimiento, etc.

Luego, en la pestaña '**Datos del producto**', podrás indicar\modificar la información de tu producto.

1. Nombre del producto
2. Precio
3. Descuento
4. Descripción del producto
5. Tipo de producto (físico o digital)
6. Código (sólo si usa códigos para identificar tus productos)
7. Peso
8. Número de stock (inventario)
9. Aplicar el impuesto (marcar o desmarcar)
10. Aplicar los gastos de envío (marcar o desmarcar)

En la pestaña secundaria '**Imágenes**', puede seleccionar las imágenes que acompañarán a tu producto. Tienes la opción de elegir entre las imágenes de tu computadora o de la biblioteca de imágenes.

En la pestaña secundaria '**Opciones de producto**', podrás agregar una opción para configurar tus productos. Si deseas agregar uno, simplemente ingresa un título y un tipo (lista, color, tamaño) y luego guárdalo.

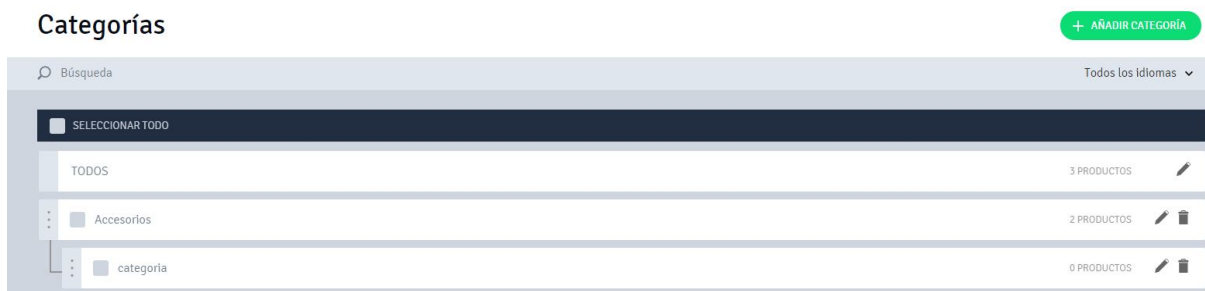
En la pestaña "**Categoría**", se mostrarán tus categorías. Para que puedas marcar en la casilla de la categoría o subcategoría en la que deseas que se muestre el producto.

En la subpestaña '**Acciones**', el botón SÍ está marcado por defecto. Por otro lado, será necesario hacer clic en NO cuando:

1. Querrás ocultar el producto "Si el stock es menor de.
2. Cuando el producto está agotado.

En la subpestaña 'Activación del producto', marca "NO" si deseas desactivar este producto; de lo contrario, se activará de manera predeterminada al hacer clic en Guardar.

## Categorías



Es verdad que la función Categorías es opcional, pero cuando vendes una gran variedad de productos, lo recomendamos ampliamente. Será más fácil para tí gestionar tu inventario y tu cliente podrá encontrar lo que está buscando. En la sección de categorías, podrá ver las categorías en tu tienda, agregar una categoría, buscar productos y agregar productos directamente a una categoría.

Para crear una subcategoría, simplemente haz clic con el botón izquierdo y mueve la categoría hacia la derecha. Con esta misma técnica, puede crear subcategorías.

## Entrega

Es en esta sección que puedes agregar tus métodos de entrega y configurar tus opciones de entrega.

Peso mínimo	Peso máximo	Coste
0.000 kg	1.000 kg	10.00 \$
1.001 kg	2.000 kg	10.00 \$
2.001 kg	∞ kg	10.00 \$

Puedes elegir entre las siguientes tres opciones: por peso, fijo o gratuito.

1. Por peso: ingresa un nombre para la opción, luego un tiempo de entrega.
  - a. Peso mínimo: predeterminado a 0.0000.
  - b. Peso máximo: ingrese un peso máximo.
  - c. Coste: ingresa el coste.
2. Fijo: ingresa un nombre para esta opción, luego un tiempo de entrega.

- a. Condición: elige una condición para esta opción.
- b. Por artículo: selecciona este si deseas que tu cliente pague el coste de envío por artículo.
- c. Por pedido: selecciona este si deseas que tu cliente pague el coste de envío por pedido.
- d. Coste: Ingresa una tarifa fija para esta opción, dependiendo de la condición elegida.

3. Gratis: ingresa un nombre para la opción

- a. Tiempo de entrega: ingresa el tiempo de entrega para esta opción.
- b. Condición: elige una condición para esta opción.

> Por precio: selecciona este si deseas que tu cliente pague el coste de envío dependiendo de un monto determinado en la cesta de compras. Establece el precio mínimo, el precio máximo y el coste.

> Por peso: selecciona este si deseas que tu cliente pague el coste de envío dependiendo del peso (kg) en la cesta. Ingresa el peso mínimo (kg), el peso máximo (kg) y el coste.

Recuerda guardar la opción seleccionada, haciendo clic en "Guardar" en la parte inferior de la página.

### ***Códigos promocionales***

En la sección Códigos promocionales, puedes establecer códigos promocionales para tu tienda en línea. El código puede ser de acuerdo con un porcentaje, un monto de descuento y se puede configurar durante un período determinado, así como un número limitado de usos.

### MODIFICAR CÓDIGO PROMOCIONAL

Cancelar Guardar  
Código ⓘ

PROMONAVIDAD40

Descripción

promo

Tipo

Porcentaje

Descuento      Importe mínimo del pedido

10      %      \$ CAD

La promoción se aplica a

A la cesta

CANCELAR      GUARDAR

A continuación, te indicamos cómo proceder:

1. Añadir un código promocional: haz clic en Añadir un código promocional.
2. Código: ingresa un nombre para tu código.
3. Descripción: elige una opción de entre:
  - a. Porcentaje.
  - b. Cantidad fija.
  - c. Envío gratis.
4. Descuento: según el tipo de opción seleccionada, ingresa el descuento ya sea en forma de un porcentaje o como un monto fijo y el monto mínimo requerido para aplicar el código de promoción.
5. La promoción se aplica a:
  - a. A la cesta.

b. Categorías.

c. Productos.

6. Acumulable con otros descuentos: te permite agregar este código de promoción al pedido, incluso si contiene productos que ya están sujetos a otros descuentos o promociones.

7. Disponibilidad - Número de usos: aquí puedes elegir la cantidad de usos de este código promocional.

8. Fecha de inicio de validez: Esto le permite limitar el período activo para este código promocional.

9. Fecha de fin de validez: también puede elegir una fecha de finalización fija para su promoción.

10. Activar el código de promoción: la casilla "SI" está marcada por defecto. Desmarque esta casilla para deshabilitar el código en tu tienda.

## Configuración

En esta sección estas son tus opciones:

### General

En la sección "**Datos de tu empresa**", puedes ingresar información sobre tu empresa.

#### Datos de tu empresa

NOMBRE DE LA EMPRESA

EMAIL

sjnadeau@novaxis.net

DIRECCIÓN

CIUDAD

ESTADO/PROVINCIA

PAÍS

Canadá

CÓDIGO POSTAL

NÚMERO DE TELÉFONO

En la sección '**General**', estas son sus opciones:

1. Nombre de la empresa
2. Email
3. Dirección
4. Ciudad
5. Estado / Provincia
6. País
7. Código postal
8. Número de teléfono

En la sección "**Información legal**", puede personalizar la información que se mostrará en la página de pago.

### Información legal

\* Se muestra en la página de pago

---

#### CONDICIONES GENERALES DE VENTA



Las Condiciones Generales de Venta enmarcan el proceso de ventas y definen la responsabilidad y las obligaciones de cada una de las partes: compradores y vendedores.

---

#### CONDICIONES GENERALES DE USO



Las Condiciones Generales de Uso son un documento contractual que rige las modalidades de interacción entre el proveedor de un servicio y sus usuarios.

---

#### POLÍTICA DE CONFIDENCIALIDAD



---

#### POLÍTICA DE DEVOLUCIÓN Y REEMBOLSO



---

#### POLÍTICA DE ENVÍO



- 1.. Condiciones generales de venta.

2. Condiciones generales de uso.
3. Política de confidencialidad.
4. Política de devolución y reembolso.

En la sección '**General**', estas son tus opciones:

1. Unidad de medida: elegir entre dos opciones:
  - a. Métrico
  - b. Imperial
2. Unidad por defecto: dependiendo de la unidad de medida que elijas, puedes elegir entre Kg y G o Lb y Oz.

En la sección '**Factura**', puedes personalizar tu número de factura modificando el prefijo, el número inicial o el sufijo.

1. Logotipo: haz clic en "Añadir" para descargar el logotipo de tu empresa
2. Mensaje en la parte superior de la factura
3. Mensaje en la parte inferior de la factura

En la sección '**Proceso de pago**', puede hacer que ciertos campos de información del formulario de compra sean obligatorios:

1. Nombre de la empresa: el botón "NO" está marcado por defecto.
2. Número de teléfono: el botón "NO" está marcado por defecto.
3. Región (Excepto Canadá y USA): el botón "NO" está marcado por defecto.
4. Activar la cesta de compra por defecto: el botón "SI" está marcado por defecto.

Para guardar esta configuración, haga clic en "**Guardar**".

## ***Impuestos***



En la sección Impuestos, puedes administrar manualmente los impuestos aplicables en tus productos o elegir incluir automáticamente los impuestos en los precios que has ingresado manualmente.

**MODIFICAR IMPUESTO** ✕

Esta regla se aplica al (a los) país(es) siguiente(s)

🔍 Canadá - 13 región(es) ✕

**Modo de cálculo**

Múltiple ▾

**Nombre de impuesto 1**

Español ▾ TVS

**Valor de impuesto 1**

5.00000 %

**Nombre de impuesto 2**

Español ▾ TVQ

CANCELAR GUARDAR

Estas son tus opciones:

1. Añadir impuesto(s): te permite configurar un impuesto para otro país. Elige el país de la lista desplegable.
2. Modo de cálculo: elija una de dos opciones: simple o múltiple
  - a. Simple: ingresa el nombre y el valor del impuesto
  - b. Múltiple: ingresa el nombre y el valor del impuesto
3. Regla de cálculo: elija entre
  - a. Aplicar a la cantidad libre de impuestos

- b. Aplicar a la cantidad después de impuestos

En la sección "Configuración", estas son tus opciones:

1. Impuestos incluidos en el precio: el botón "NO" está marcado por defecto. Impuesto calculado sobre:

- a. Dirección de entrega.
- b. Dirección de facturación.
- c. Tienda dirección

2. Entrega de impuestos: el botón "NO" está marcado por defecto. Haz clic en el botón "NO" para aplicar impuestos a los gastos de envío.

Para guardar esta configuración, haz clic en Guardar.

## Stock

La gestión de stocks ( inventario) mantiene actualizadas las cantidades de inventario de tus productos.

### Visualización

Visualización del estado de los stocks para los clientes



MENSAJE CUANDO EL PRODUCTO ESTÁ EN STOCK

Español ▾

En stock

MENSAJE CUANDO EL PRODUCTO ESTÁ EN RUPTURA DE STOCK

Español ▾

Fuera de stock

En la sección '**Visualización**', estas son tus opciones:

1. Visualización del estado de los stocks para los clientes: el botón "SÍ" está marcado por defecto.

2. Mensaje cuando el producto está en stock: ingresa un mensaje personalizado a mostrar, por ejemplo:

- a. Disponible

b. ¡Date prisa!

c. Por tiempo limitado

3. Mensaje cuando el producto está en ruptura de stock: ingresa un mensaje personalizado a mostrar.

a. Muy pronto

b. Próxima llegada:

c. No disponible

En la sección "**Acciones**", estas son tus opciones:



The screenshot shows a settings panel titled "Acciones". It contains a checkbox labeled "Ocultar el producto si el stock es inferior o igual a" which is currently unchecked. Below this checkbox is the text "CUANDO EL PRODUCTO ESTÁ FUERA DE STOCK" followed by a dropdown menu with the selected option "Impedir la compra del producto". Below that is the text "CUANDO UNA OPCIÓN DE PRODUCTO ESTÁ FUERA DE STOCK" followed by another dropdown menu with the selected option "Impedir la compra de la opción de producto".

1. Ocultar el producto si el stock es inferior o igual a: al marcar la casilla, se te pedirá que escribas un número. Entonces no se mostrarán productos con un stock inferior o igual al número indicado.

2. Cuando el producto está fuera de stock: elige entre las 3 opciones:

a. Permitir la compra del producto

b. Impedir la compra del producto

c. Ocultar el producto

En la sección '**Notificaciones**', estas son sus opciones:

## Notificaciones

- Enviarme un email cuando mi stock sea inferior o igual a
- Enviarme un email cuando mi producto esté en ruptura de stock

1. Envíame un email cuando mi stock sea inferior o igual a: al marcar la casilla se te pedirá que escribas un número. Entonces, recibirás una notificación cuando tu stock sea menor o igual al número indicado

2. Envíame un correo electrónico cuando mi producto esté en ruptura de stock: al marcar la casilla, recibirás una notificación cuando un producto se haya agotado.

Para guardar esta configuración, haz clic en Guardar.

### **Divisas**

Si eliges usar varias divisas en tu tienda, puedes gestionarlas en la sección "**Divisas**". En la subpestaña '**Lista de divisas**', estas son tus opciones:



Modal de configuración de divisas con el título "AÑADIR DIVISA" y un botón de cierre "X".

**Código**

AFN (₺)

**Tipo de cambio**

1.000 para 1,00 \$ CAD

Botones: CANCELAR, AÑADIR

1. Agrega una divisa: haga clic para configurar una nueva divisa.

2. Código: elige el código de la divisa deseada de la lista desplegable.

3. Tipo de cambio: ingresa el valor equivalente de esta divisa en relación con tu divisa principal.

Toma en cuenta que la divisa predeterminada de tu sitio se convierte en la divisa principal.

- Para cambiar la tasa de cambio, haz clic en el ícono de lápiz que aparece a la derecha de la divisa.
- Para establecer una divisa predeterminada, haz clic en el ícono de estrella que aparece a la derecha de la divisa.
- Para eliminar la divisa, haz clic en el icono de papelera que aparece a la derecha de la divisa. Luego, selecciona las divisas deseadas para tu tienda marcando las casillas correspondientes.

## Pago

En la sección "**Pago**", puedes elegir los métodos de pago que deseas usar para tu tienda.

### Pago

**PAGOS EN LÍNEA (ON-LINE)**



**PayPal**

- Acepta pagos con PayPal, tarjetas de crédito y tarjetas de débito
- Gastos de transacción 3,4 % + 0,25 \$ por transacción
- Vende en 25 divisas, en 202 países
- Ningún gasto de configuración

DESCONECTARSE



**Tarjeta de crédito**

- Aceptar pagos de clientes procedentes de todo el mundo
- Disponible para vendedores de América del Norte y la mayoría de países de Europa (Francia metropolitana, Bélgica, Suiza, España, Alemania, etc.)
- Desde 2,9 % + 0,30 \$ por transacción
- Fondos ingresados en tu cuenta en un plazo de 2 a 7 días
- Ningún gasto de configuración

CONECTARSE

**PayPal:** para activar el método de pago de Paypal, debes especificar tu ID de PayPal. Este es el

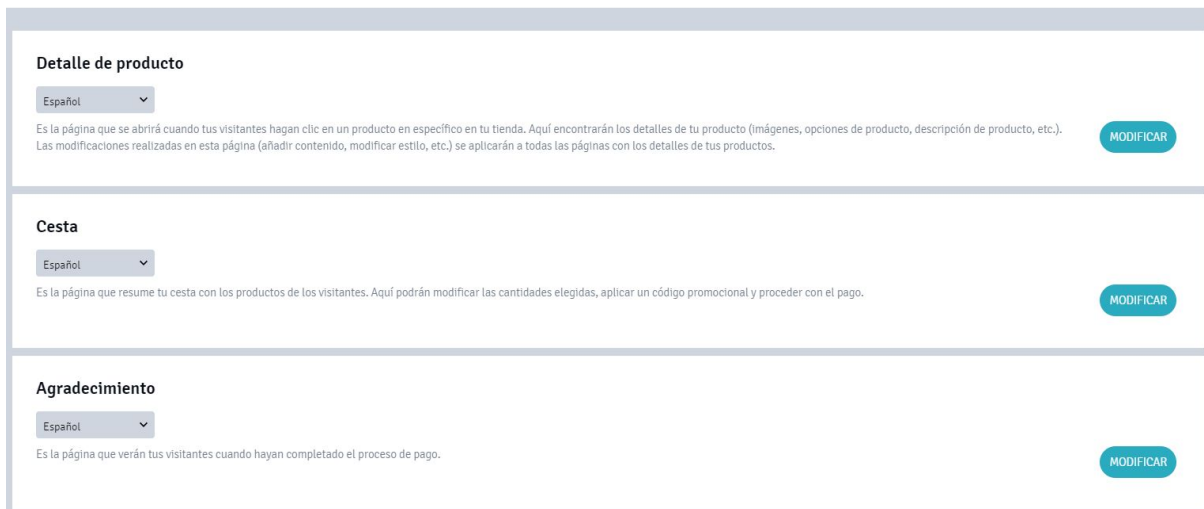
email vinculado a tu cuenta. Para obtener más información, visita [www.paypal.com](http://www.paypal.com)

**Stripe:** para activar el método de pago Stripe, primero debes crear una cuenta Stripe. Para obtener más información, visita [www.stripe.com](http://www.stripe.com)

**PayMill:** para activar el método de pago Paymill, primero debes crear una cuenta Paymill. Para más información visita: [www.paymill.com](http://www.paymill.com)

## Páginas

### Páginas



### *Detalle de producto*

Esta es la página que se abrirá cuando los visitantes hagan clic en el enlace '**Detalle de producto**' en tu tienda. Para personalizar esta página, haz clic en el botón "**Modificar**" situado a la derecha de '**Detalle de producto**', serás dirigido a la '**Plantilla de producto**'.

Haz clic izquierdo y luego en "Editar" para tener acceso a las opciones predeterminadas:

1. **Mostrar código:** esto mostrará el código de cada producto, si utilizas códigos para tus productos.
2. **Activar el zoom en la imagen:** esto permite activar el zoom en la imagen de un producto para dar la posibilidad a sus clientes de ver tu producto con más detalle.
3. En la pestaña secundaria '**Redes sociales**': el botón "SI" está marcado por defecto:
  - a. Facebook
  - b. Twitter
  - c. Google

d. Pinterest

En la pestaña '**Estilo**', estas son tus opciones:



En la pestaña secundaria '**Imagen**', estas son tus opciones:

1. Proporción de viñetas: elija la proporción de la viñeta que mejor se adapte a su producto. El formato 4: 3 está marcado por defecto.

2. Posición de la miniaturas: elige la posición de la miniatura que mejor se adapte a tu producto: Abajo, Arriba, Izquierda o Derecha.

3. Escala de imagen: elige la escala de la imagen que mejor se adapte a tu producto: Ajustar o Rellenar.

En la subpestaña '**Botón**', estas son sus opciones:

1. Formato de visualización. elige el formato de la imagen que mejor se adapte a tu producto:

Ángulos redondeados, Ángulos cuadrados o Elipsis.

2. Texto del botón 'Agregar a la cesta'.

3. Color del botón.

4. Color del texto del botón

En la subpestaña '**Nombre del producto**', '**Precio**' y '**Opciones del producto**', estas son tus opciones:

Haz clic en el botón "NO" para habilitar las siguientes opciones:

a. Fuente

b. Tamaño de fuente

c. Color de la fuente

En la pestaña secundaria, "**Descripción**", estas son sus opciones:

Haz clic en el botón "NO" para habilitar las siguientes opciones:

a. Título: escoge la Fuente, tamaño de fuente y el color de fuente.

b. Texto: escoge la Fuente, tamaño de fuente y el color de fuente.

Para guardar esta configuración, haz clic en **Guardar**.



En la sección '**Estilo**', puedes configurar la '**Forma y fondo**', así como agregar bordes, sombras y márgenes.

Para guardar esta configuración, haz clic en **Guardar**.

## Cesta

La página '**Cesta**' resume el pedido. Aquí tus clientes podrán modificar las cantidades elegidas, aplicar un código de promoción y proceder al pago.

Para personalizar esta página, haz clic en el botón "**Modificar**" situado a la derecha de '**Cesta**', serás dirigido a la '**Plantilla de pago**'.

Haz clic izquierdo y luego en "**Editar**" para tener acceso a las opciones predeterminadas:

Plantilla de pago

^ TÍTULO

Título de la cesta

Open Sans 36px

^ BOTÓN

Ángulos redondos Ángulos cuadrados Elipsis

Texto de botón

Realizar pedido

Color de botón

CANCELAR GUARDAR

En la sección '**Título**', puedes configurar :

1. Título: fuente, tamaño de fuente y color de la fuente.
2. Botón: ángulos, texto, color y fondo.
3. 'Otra configuración', puedes configurar :
  - a. Texto de la página
  - b. Colores de enlaces
  - c. Color del total
  - d. Colores de separadores

Para guardar esta configuración, haz clic en Guardar.

¡Ya tienes todos los elementos necesarios para tener éxito en tu tienda, ahora todo depende de ti!