



VENDERLES A VISITANTES INTERNACIONALES LOS 5 PUNTOS FUNDAMENTALES



Una vez que su sitio ya esté atrayendo exitosamente a visitantes internacionales, es sumamente importante asegurarse de que su experiencia sea lo suficientemente buena para que éstos pasen de “visitantes” a “clientes”. Un informe de 2010 estimó que más del 40% de los vendedores minoristas pierden oportunidades de vender productos en el extranjero (fuente: Snow Valley, actualmente Micros eCommerce Services).

Con esto en mente, aquí le presentamos las cinco mejores modificaciones que usted puede realizar para maximizar las posibilidades de llevar a cabo esa venta internacional:

1. Idioma

La buena noticia es que el idioma suele ser un problema menor de lo que usted cree, ya que el mercado del idioma inglés es muy amplio. Por ejemplo, Wikipedia afirma que hay 1.800 millones de angloparlantes en el

mundo. Esto equivale al 27% de la población mundial. Entonces, si usted está interesado en captar una base internacional de clientes, especialmente de los mercados de América del Norte y Europa, tener una versión en inglés de su sitio web es clave.

Además de realizar todo el trabajo de traducir su sitio, los dos consejos clave para asegurar la mejor experiencia para los visitantes que hablan otro idioma son:

- Revise su página de inicio, páginas de categorías, “acerca de”, “envío” y las páginas de sus productos más vendidos, para asegurarse de que el idioma sea lo suficientemente claro para alguien que hable inglés como segundo idioma.
- Ofrezca la opción de traducir páginas si su público no piensa hacerlo por sí mismo.

El navegador Google Chrome incluye la traducción como estándar. También ofrece una muy útil [‘Aplicación de Traducción’](#) que, al ser agregada a su sitio Web, les permite a los usuarios elegir el idioma desde un menú

desplegable. La traducción no es perfecta, pero ha mejorado mucho en los últimos años ¡hasta el punto que casi parece escrita por un humano!

2. Divisas e Impuestos

Al comprar en línea, la mayoría de la gente espera poder pagar en su propia moneda. Los dólares y los euros son las divisas internacionales más importantes para los vendedores de América Latina.

PayPal ofrece una solución simple al permitirle aceptar más de 25 divisas diferentes sin problema. Vea la lista completa y conozca más acerca de [recibir pagos internacionales](#) con PayPal. PayPal es, además, reconocido internacionalmente con más de 110 millones de titulares activos de cuenta en todo el mundo. Entonces, cuando los visitantes extranjeros vean su empresa por primera vez, muchos de ellos se sentirán cómodos comprando a través de un método en el que ellos confían y que saben que es seguro y fácil de usar.

También le convendrá ser claro en cuanto a su posición con respecto a los impuestos al comerciar internacionalmente. Asegúrese de que todos los impuestos que se apliquen a una compra sean comunicados al usuario.

3. Envío

Si usted ha observado los sitios web de [Topshop](#), [Aeropostale](#), u otros de los más grandes vendedores minoristas últimamente, es posible que haya notado la importancia que éstos les dan a los “Envíos Internacionales”. Topshop tiene un enorme aviso de “Envío Gratis a Todo el Mundo” en la esquina superior derecha de cada página del sitio, y John Lewis tiene un destacado enlace de Envíos Internacionales en su barra de navegación superior.

Todo esto indica que las ventas internacionales son

realmente importantes para estas compañías y que ellos creen que el envío es un punto crucial de consideración para los compradores internacionales.

Si bien no es necesario que imite a Topshop y ofrezca envíos gratis a todo el mundo, es vital asegurarse de que los clientes internacionales entiendan rápidamente cuánto pagarán por el envío, y cuánto tiempo puede tardar en llegar.

4. Talles

Para los vendedores de zapatos y de ropa, la cuestión de los talles es un especial desafío. Primero, porque cada potencial comprador se preguntará “¿me quedará bien esto?”; y segundo, porque la manera de medir los talles difiere enormemente de país a país. La manera más simple de abordar las dudas de los visitantes internacionales en estos casos es incluir conversiones de talles en su principal “guía de talles”, o crear una “guía internacional de talles” y colocar un enlace a la misma desde su principal tabla de talles.

Si usted vende para los Estados Unidos, deberá replantearse el uso de metros, centímetros y milímetros, ya que los compradores estadounidenses esperarán ver las cosas en pies y pulgadas.

5. Testimonios

Mostrar testimonios u opiniones de compradores internacionales es una manera simple de hacer que los visitantes extranjeros se sientan cómodos comprando en su sitio. Si usted aún no tiene opiniones positivas de clientes extranjeros, vale la pena revisar sus ventas anteriores y preguntarles a algunos compradores internacionales si estarían dispuestos a escribir una breve recomendación.

Una vez que cuente con un par de testimonios, inclúyalos en su página de “Envíos”, o en alguna de las páginas de “Acerca de nosotros”, o en el pie de página de su sitio. Casi todos los compradores internacionales visitarán estas páginas antes de comprar, por lo que son excelentes lugares para colocar esta información sin interferir con informaciones importantes de otras páginas.

Para obtener más información sobre cómo aceptar divisas internacionales, vea la [guía PayPal completa y empiece hoy mismo](#).