

INTERNET: EL FUTURO EN NUESTRAS MANOS

Un servidor web está al alcance de todo tipo de empresas, independientemente de su tamaño. En Internet, un taller de reparaciones puede tener tanta visibilidad como cualquiera de las 500 empresas más grandes del mundo.

Como primera medida, un empresario PyME debe interesarse en conocer el complejo pero fascinante mercado que constituye Internet, para poder imaginar con cierta base cuál es la utilidad de su presencia allí como expositor de productos y servicios.

*En definitiva, el empresario tiene que analizar hoy a Internet como el escenario de sus posibles ventajas competitivas a corto plazo.*

Se comienza por estudiar qué hacen otros, sobre todo las empresas del sector y la competencia directa. Y con esta visión, se proyecta un perfil propio que busque la diferencia. De todas maneras, la nueva regla del *E-Marketing* establece que será diferente al Internet de hoy.

Bill Rolinson, vicepresidente de *Marketing* en Internet Shopping Network, lo explica con los siguientes términos:

*"Hoy Internet es una transmisión en una dirección; en el futuro será en dos direcciones. Hoy los usuarios son anónimos; en el futuro, los usuarios estarán registrados. Hoy, no se conocen bien las preferencias; en el futuro se conocerán bien. Hoy predomina la publicidad común; en el futuro predominará la publicidad enfocada. Hoy se recurre a promociones ordinarias; en el futuro las promociones se dirigirán a cada cliente".*

*"Internet dará origen a un nuevo e interesantísimo ambiente de negocios. Será mucho más complejo, pero no podemos darnos el lujo de ignorarlo. De lo contrario, dejaremos de ser relevantes en un lapso de cinco años. Podemos recuperarnos de una quiebra, no así de la irrelevancia".*

En síntesis, estar presente en Internet permite, con bajos costos:

1. Hacer *Marketing* y publicidad.
2. Testear distintos mercados. Realizar encuestas.
3. Diseminar información en gran escala.
4. Poner información de su empresa a disposición las 24 horas.
5. Crear un nuevo canal de ventas.
6. Descubrir nuevas oportunidades de negocios.
7. Actualizar la información rápidamente.
8. Llegar a un mercado muy específico.
9. Mejorar la atención al cliente.
10. Reducir algunos de sus costos operativos de publicidad, teléfono, correo y papel.