

POM Standard: servicios web

Germán Oronoz //

CEO y fundador de POM Standard

‘Internet es para las empresas como la Seguridad Social, una obligación ineludible’



Doble Licenciado en Administración y Dirección de Empresas e Ingeniería Informática por la Universidad de Deusto, Germán Oronoz, representa un claro ejemplo de resiliente nato. Corría el año 2012 cuando este vasco finalizó sus estudios, período que coincidió con el peor bache de la crisis económica. Una situación que, en lugar de desanimarlo, le sirvió para lanzarse a la búsqueda de una oportunidad en vez de esperar a que ésta llegara por sí sola. Y, para ello, contó con Marta Goikoetxea Luquin. Juntos se embarcaron en la aventura del emprendimiento con POM Standard. Tras una renovación del proyecto inicial en 2015, esta compañía, considerada el Uber de las páginas web, se dedica a la creación y desarrollo de tiendas online y páginas webs a través de su propio software.

¿Qué valor diferencial aporta POM Standard al cliente?

No somos ni una agencia tradicional ni una de esas plataformas de “házte-lo tú mismo”. Entregamos el producto terminado y eso permite ahorrar una gran cantidad de tiempo al cliente, quién, además, tiene el control absoluto sobre su proyecto desde el minuto cero. De ahí que nuestro eslogan sea “El control es tuyo”. Además, pueden tener la tranquilidad de que el diseñador no cobra hasta que el trabajo esté validado por ambas partes.

Dentro de ese modelo “uberizado” de empresa, una de las características de POM Standard es que el diseñador de la web no cobra sus servicios hasta que el cliente final está satisfecho con el resultado. ¿Consideráis que se trata de un modelo sostenible para el negocio a largo plazo?

Lo creemos firmemente. El modelo marketplace ha sido validado por miles de grandes empresas como Amazon, eBay, Wallapop, Workana, Fiverr, etc. Tenemos unas pautas claras de trabajo y cada proyecto está totalmente parametrizado, tanto para el diseñador como para el cliente. El diseñador obtiene un flujo mensual de trabajo estable, el cliente control absoluto y sus necesidades cubiertas. Cuanto más crecemos, más valor aportamos a nuestros usuarios, ya que el software mejora cada día.

Una de las principales dificultades que encuentran las pymes es el posicionamiento web. ¿Cómo hacéis frente a este problema?

POM Standard está muy optimizado técnicamente para conseguir el tan ansiado posicionamiento web. La rapidez siempre ha sido uno de nuestros objetivos a la hora de desarrollar el software. Nuestras webs se encuentran optimizadas internamente para motores de búsqueda (SEO). Además, generamos sitemaps,

usamos marcadores HTML y etiquetas automáticas para que los motores de búsqueda indexen el contenido correctamente. Todo lo que está en nuestra mano para optimizar el SEO onpage lo hemos hecho y lo mejoramos cada día. Sin embargo, como a todo coche hay que echarle gasolina para que funcione. Puedes tener un seicientos o un deportivo. Nosotros te damos el deportivo. El primer paso es tener una web optimizada, luego hay que crear contenido interesante para que te coloque como referente.

Es evidente que existe una brecha digital entre las generaciones más jóvenes, que son más conscientes de la importancia de lo digital y aquellas de más edad que entraron al mercado laboral cuando aún predominaba lo analógico. ¿Existe algún tipo de barrera mental para que algunas pymes rehúsen del comercio electrónico?

Esta barrera se está borrando a pasos agigantados. Las empresas saben que estar en Internet es como darse de alta en la Seguridad Social: una obligación ineludible. Un e-commerce te permite tener tu negocio abierto los 356 días del año, día y noche. Mientras tú duermes, alguien en la otra parte del mundo puede estar comprando tu producto o servicio. La barrera más común que nos encontramos es el pensamiento de que no tienen nada que hacer contra “los grandes”, pero en Internet hay espacio para todos e, incluso, resultan un gran apoyo para los clientes físicos de la marca.

Otro obstáculo común es que piensan que la red no es para ellos. Que su negocio es para una generación anterior y que no tiene nada que ofrecerles, cuando realmente estamos viendo poco a poco cómo todos los sectores están cambiando a este nuevo paradigma y que todo está aún por inventar. Lo arcaico es no comprar por Internet.

Además de una página web, también es importante el uso de las redes sociales para promover el producto o servicio. Según datos de la Cámara de Comercio, solamente la mitad de las pymes explota de manera adecuada las redes sociales. ¿Cómo podría optimizar esta situación?

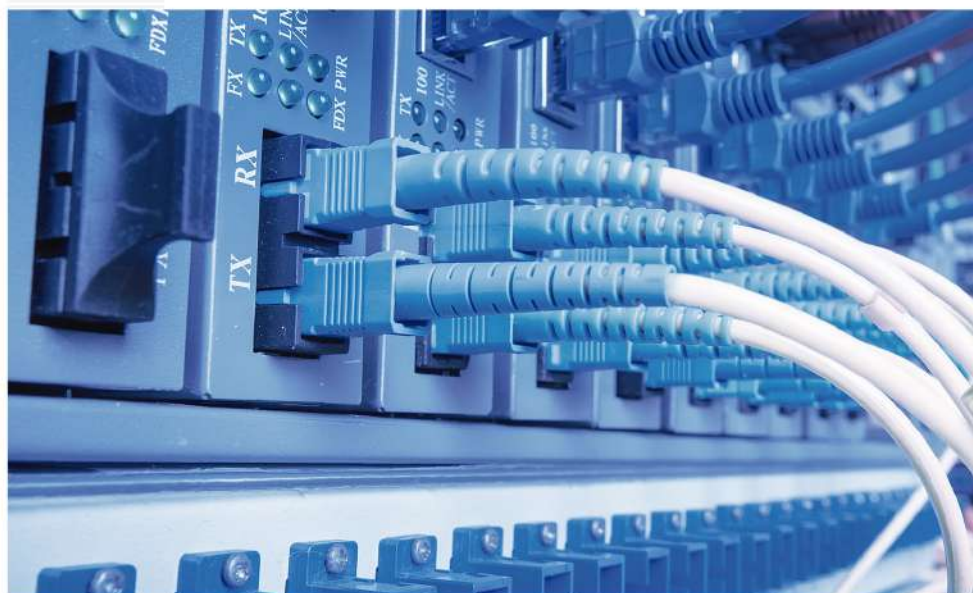
Las redes sociales son canales de comunicación estupendos pero el grueso del trabajo no debe estar ahí sino en la web. Crear contenido de calidad en tu e-commerce, web o blog es el primer paso para comunicar después en redes. En ellas compites con millones de personas por captar la atención del usuario

¿Cuáles son los errores más comunes que se cometen cuando un emprendedor lanza una página web?

El “error del hombre orquesta” y el “del primo que hace páginas webs”. Nos encontramos a mucha gente que quiere hacerlo todo por su cuenta. En un negocio esto es imposible, ni el cerebro ni las horas del día dan para ello.

En ocasiones se da el caso de que el contenido que se ofrece es demasiado pobre. ¿Cómo se puede arreglar esta situación?

Esto es un caballo de batalla muy habitual. Muchos usuarios piensan



El diseñador obtiene un flujo mensual de trabajo estable, el cliente control absoluto y sus necesidades cubiertas.



que, cada vez, está más saturado y es impermeable a los anuncios. La mejor forma de optimizar el uso de redes es crear contenido y pensar en lo que se quiere comunicar, así como donde se encuentra el cliente. Esto debe ser utilizado para derivar el tráfico a la web, que es donde la visita se convierte en venta.

No sirve de nada tener un perfil en cada una de las redes sociales existentes para luego no publicar nada o, peor aún, repetir el mismo contenido en cada una de ellas. No se trata de estar en todas, sino de estar bien en unas pocas, aquellas que más se adapten a tu negocio (aunque sea una sola).

san que por tener una página web van a salir los primeros en Google. Como hemos comentado antes, tener una página web optimizada es el primer paso, pero sin gasolina, sin crear contenido, no avanza. En Internet existen muchas páginas webs que ayudan al usuario a localizar qué palabras clave busca la gente para encontrar la solución a sus problemas. El primer lugar al que podemos acudir es a Google. Siempre que busques algo, al final de la primera página encontrarás otras palabras relacionadas. Esos contenidos que te ofrece son oro. Se trata de palabras o frases que los usuarios están buscando. Hay que cogerlas y crear artículos con ellas. ■