**COMO ELABORAR LA FICHA TECNICA DE UN PRODUCTO**

Una ficha técnica es un documento que detalla las características y especificaciones de un producto o servicio, incluyendo información sobre su composición, funcionamiento, dimensiones, usos, y requisitos, con el fin de informar al consumidor, asegurar su uso eficiente y permitir decisiones de compra informadas, o para propósitos comerciales, de control de calidad y de exportación

**PROPÓSITO PRINCIPAL**

**Informar al consumidor:**

Proporciona todos los detalles necesarios para que el comprador pueda evaluar el producto y tomar una decisión de compra.

**Facilitar la toma de decisiones:**

Al tener toda la información relevante, es más fácil comparar productos y elegir el más adecuado.

**Herramienta comercial:**

En el comercio electrónico, es una de las principales herramientas para atraer y convencer al cliente a comprar.

**Garantizar el control de calidad:**

Ayuda a estandarizar la calidad y permite realizar inspecciones y auditorías.

**Facilitar la logística y el comercio:**

Es esencial para la documentación aduanera y la comunicación entre los diferentes actores en el transporte de mercancía

**INFORMACIÓN QUE INCLUYE UNA FICHA TÉCNICA**

**Características físicas y técnicas:** Dimensiones, peso, color, rendimiento, potencia, y especificaciones técnicas.

**Composición y materiales:** Lista de ingredientes o materiales que componen el producto.

**Instrucciones de uso:** Cómo se debe utilizar, manipular, o preparar el producto para su correcto funcionamiento.

**Información del fabricante:** Datos de la empresa o persona que creó el producto.

**Advertencias y contraindicaciones:** Peligros, advertencias o precauciones que debe tener en cuenta el usuario.

**Recomendaciones:** Consejos para el cuidado, mantenimiento o uso óptimo del producto.

**Elementos visuales:** Fotografías de alta calidad para mostrar el producto en detalle.

**Datos de contacto y referencia:** Incluye la fecha de creación y revisión, así como información de contacto.

**IMPORTANCIA EN DIFERENTES CONTEXTOS**

**Para el consumidor:** Permite conocer a fondo el producto antes de comprarlo.

**Para las empresas:** Mejora la eficiencia en el proceso de ventas y control de calidad.

**En comercio electrónico:** Es vital, ya que es el recurso principal para conocer el producto a fondo antes de la compra.

**En transporte y comercio exterior:** Fundamental para la documentación aduanera y para asegurar el cumplimiento de requisitos regulatorios.

|  |
| --- |
| ETIQUETA DEL PRODUCTO |
| Una etiqueta de producto debe contener el nombre y la marca del producto, su descripción, información sobre sus ingredientes o componentes, la cantidad neta o peso, la fecha de vencimiento o duración mínima, el nombre y datos del fabricante, su país de origen, las instrucciones de uso y conservación, y las advertencias o precauciones necesarias para garantizar la seguridad del consumidor |

### **NOMBRE Y DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

Ciertamente, es en el contenido de texto donde los clientes encontrarán la mayor parte de la información respecto del producto. Este, además, es fundamental para posicionar el producto, por lo que es importante redactar con cuidado lo que se dirá allí.

Si es posible no uses exclusivamente descripciones técnicas (también esto dependerá del producto y el tipo de cliente al que va dirigido).

### **IMPORTANTE:**

1. No escondas el precio. Si tu futuro cliente está comparando precios lo primero que quiere saber es cuánto cuesta.
2. Las partes que el texto de una ficha de producto debe incluir son:
3. Un título claro y descriptivo del producto
4. Un resumen
5. El precio
6. Una descripción original con nombre, marca y detalles
7. Las especificaciones técnicas necesarias
8. Una guía de tamaño o de talla en caso de corresponder
9. Los componentes o ingredientes
10. Advertencias o contraindicaciones
11. Edades recomendadas, si corresponde
12. Recomendaciones de uso y de cuidado

Dentro de este punto, es muy importante hacer referencia a las palabras clave. Estas deben aparecer en el título y en la descripción del producto y deben ser usadas de forma natural y no forzada.

### **ELEMENTOS VISUALES**

Las fotografías ayudan a llamar la atención y funcionan también como elementos descriptivos.

Cuando hablamos de elementos visuales en una ficha técnica, estamos haciendo referencia a distintos contenidos. Por un lado, tendremos las fotografías de los productos en general.

Pero, además, es muy importante contar con imágenes que puedan mostrar, de forma más detallada, algunas partes en particular de lo que se está vendiendo. Esto permitirá que el usuario conozca mejor al producto a través de las imágenes y sienta mayor confianza.

A su vez, siempre se deben incorporar herramientas de zoom para que el cliente pueda examinar las fotografías, como así también añadir imágenes que pongan a los productos en un contexto de uso, para generar proyección.

Como ha hemos mencionado antes, las fotografías de tu producto serán un gran recurso para llamar la atención.

Cuida la calidad de las fotografías, elige aquellas que sean visualmente representativas y que muestren las características principales del producto.

**TU CLIENTE MANDA:**

Es importante que tu ficha de producto incluya varias fotos del producto, en especial las que muestran los detalles. Los clientes siempre esperan ver desde varios ángulos el producto, además, si el producto está disponible en varios colores también prefieren verlo en cada alternativa

**VALORACIONES DEL PRODUCTO**

Hoy en día, los clientes suelen acudir a las valoraciones de compradores anteriores antes de tomar una decisión sobre una compra. Estos comentarios pueden ser decisivos en la elección de un producto.

Por eso, en caso de tener valoraciones sobre los productos, es importante que estos aparezcan en la página de los mismos para que los clientes puedan tener a disposición toda la información necesaria

**DISPONIBILIDAD**

Un problema que muchos consumidores pueden tener al ingresar a un ecommerce es buscar un producto, leer acerca de este, intentar hacer la compra y encontrar que no posee disponibilidad.

Por eso, es muy importante dejar clara la disponibilidad o la cantidad de unidades en stock del producto para que el cliente sepa si podrá efectivamente acceder a hacer la compra.

**ELEMENTOS EXTRA**

Por último, puedes usar tu creatividad y agregar elementos que puedan ser de utilidad para tu cliente.

Un ejemplo claro son algunas tiendas de ropa que proporcionan una guía de tallas para que la persona pueda tener la seguridad de qué número es mejor para sí. Esto ayuda a evitar una mala experiencia de compra o la necesidad de una devolución.