

GUIA PER A LA COMUNICACIÓ DIGITAL DEL COMERÇ DE SANT JOSEP DE SA TALAIA





Ajuntament de
**Sant Josep
de sa Talaia**



AGÈNCIA DE
DESENVOLUPAMENT LOCAL
SANT JOSEP DE SA TALAIA



COMERÇ DE
**SANT JOSEP
DE SA TALAIA**

Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa de
l'Ajuntament de Sant Josep de Sa Talaia

Elaboració de la guia:

FOCALIZZA, ASSISTÈNCIA COMERCIAL I MÀRQUETING S.L.
(www.focalizza.com)

Coordinació de la guia:

Oriol Cesena Mèlich.

Equip redactor:

Martí Pol Nuevo

Mireia Martínez Colet

Actualització de la informació: gener 2021

ÍNDEX

Presentació

Pàg. 4

El valor del comerç de proximitat i el teixit econòmic local.

Què és la digitalització i com pot ajudar a vendre a un punt de venda?

Com és i què busca la nova clientela digital?



1

Eines per a la digitalització del comerç

Pàg. 7

La missatgeria instantània

Les xarxes socials

Els webs

Les newsletters

Les botigues *on-line*

Els seminaris web

Les aplicacions mòbils



2

Passa a l'acció i transforma el teu negoci

Pàg. 36

Primers passos per a la transformació digital

Baròmetre de la transformació digital



3

Temps de pràctica

Pàg. 41

Quin ús fas de les tecnologies en el teu comerç?



4



PRESENTACIÓ

PRESENTACIÓ

Què és la digitalització i com pot ajudar a vendre a un punt de venda?

La digitalització l'hem d'entendre com un procés a partir del qual els comerços adopten un conjunt d'eines i mecanismes que els permeten relacionar-se d'una manera molt més eficient amb les persones consumidores, i la resta de la ciutadania, en general.

La digitalització, per tant, suposa la integració en la gestió d'un negoci de tot un seguit d'eines, la suma de les quals ha de permetre una millor adaptació als nous hàbits de compra de les persones.

L'ús de les tecnologies digitals és un procés que requereix temps i dedicació, però que, sens dubte, esdevindrà un dels reptes **més importants de qualsevol punt de venda que vulgui ser més competitiu, i que vulgui** afrontar el futur amb majors garanties d'èxit.

Pren nota de...

La **digitalització del punt de venda** et pot ajudar a:

1. Que et localitzin més fàcilment.
2. Que et tinguin més present.
3. Que et coneguin més persones.

I en definitiva, a vendre més i millor!



La digitalització de qualsevol comerç no passa només per la inclusió de tecnologies digitals, sinó que va més enllà. **És necessari un canvi en la manera d'entendre la relació amb els consumidors**, ja que estem davant un canvi en la **manera de consumir** i de la **manera en la qual els punts de venda es relacionaran amb les persones**.



PRESENTACIÓ

Com és i què busca la nova clientela digital?

Les tecnologies i la transformació digital de la societat han contribuït a generar molts canvis en la conducta de la ciutadania. Així, el comerç ha vist com els hàbits de consum de les persones evolucionen constantment, i això, modifica la forma en la qual les persones consumidores decideixen què compren, quan ho compren i de quina manera ho compren.

La conducta de la clientela, en general, ha canviat. Ha variat la forma de comprar, la manera de decidir la compra i ha modificat, també, el mode de relacionar-se amb els comerços. En síntesi, estem davant d'un consumidor a qui agrada interactuar, que prioritza la immediatesa en la resposta i en l'obtenció de solucions a la compra, que es troba connectat, contínuament, i que, per tant, té tendència a mostrar menys fidelitat.

Aconsellem, doncs, tenir molt present com és i com actua la nova clientela. Ajudarà molt a entendre la importància de fer ús de les eines digitals que ens ofereix la tecnologia.

Per aprofundir en aquest tema, recomanem escoltar el podcast següent:

ESCOLTA EL PODCAST





EINES PER A LA
DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

De la proximitat del comerç a la tecnologia

El comerç de proximitat descansa pel seu fort component social, emocional i de relació personal. Es tracta d'un comerç que ha de seguir apostant pels valors que li són propis: personalització, confiança, servei...

Tot i així, si bé és cert que no esdevindrà digital, sí que és notori que cada vegada més s'haurà d'incorporar la tecnologia, tant en els punts de venda com en el relat i la manera de fer.

De tecnologies per al comerç n'hi ha moltes i en sorgiran moltes més, però aquí proposem algunes de les eines digitals que, de ben segur, contribuiran a fer que el negoci guanyi en visibilitat i per tant, pugui augmentar les vendes.

Quines eines digitals pots utilitzar al teu comerç per intentar vendre més?

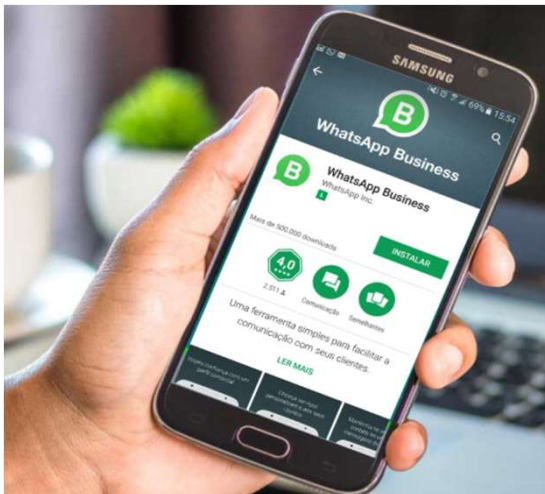
- 1 La missatgeria instantània
- 2 Les xarxes socials
- 3 Els webs
- 4 Les *newsletters*
- 5 Les botigues *on-line*
- 6 Les videoconferències
- 7 Les aplicacions mòbils

LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

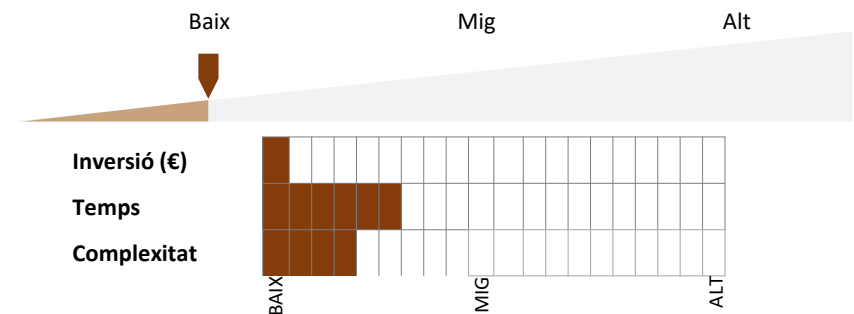
La missatgeria instantània

Les aplicacions de missatgeria instantània com WhatsApp o Telegram permeten intercanviar informació en temps real de diferents tipus d'arxius, ja siguin textos, imatges, vídeos, missatges de veu i, fins i tot, fer videoconferències.

Sabies que són eines perfectes perquè les introdueixis en la manera de treballar?



Quin esforç implica?



Principals característiques

- La inversió és baixa.** Molt baixa. Les aplicacions de missatgeria instantània tenen un cost econòmic molt baix; WhatsApp i Telegram són gratuïtes.
- El temps de dedicació és mitjà-baix.** La missatgeria instantània no presenta gaires dificultats tècniques, la qual cosa en facilita molt l'ús entre comerços.
- La dificultat tècnica és baixa.** La major part d'opcions que ofereix no presenten gaire dificultat. És, per tant, un instrument de mínima dificultat tècnica.

LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

Com et pot ajudar a vendre la missatgeria instantània?

La missatgeria instantània ens pot ajudar a mantenir una relació més estreta i constant amb la nostra clientela, ja que:

T'ajuda a impulsar accions comercials més específiques.

Ens ofereix la possibilitat d'enviar comunicacions i fer accions comercials molt més directes.

Et fa més present en la resolució de dubtes.

La facilitat d'ús d'aquesta eina permet que la nostra clientela disposi d'un canal d'atenció molt personalitzat i en temps real.

Promou la confiança i contribueix a la fidelització.

En ser una eina utilitzada per les persones ens permet promoure una major confiança i un tancament de comandes més eficient.



Et donem algunes idees...

Fruiteria: una fruiteria pot crear un llistat de contactes de la seva clientela. Amb aquest llistat pot informar a la seva clientela de qüestions relatives a l'arribada de nous productes de temporada, ofertes d'última hora, o bé un catàleg amb imatges de fruita del dia.

Menjar preparat: un establiment dedicat a la venda de menjars preparats, pot utilitzar aquest canal de missatgeria per informar a la clientela dels plats del dia o de la setmana, així com, per oferir-los diferents plats combinats amb begudes...

Perruqueria: pot utilitzar la missatgeria instantània per donar a conèixer nous serveis o promocions o bé el seu llistat de preus. Aquest canal, també pot servir a la clientela com a mecanisme de reserva de cita prèvia o bé de recordatori.

>> Per saber-ne més, tens un tutorial sobre WhatsApp Business a la pàgina següent.

LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

De WhatsApp a WhatsApp professional. El que t'interessa saber.

Sabies que...

- | És possible vincular el telèfon fix al WhatsApp Business i mantenir el número de telèfon mòbil per al WhatsApp *normal*.
- | Permet crear un perfil de negoci en el qual podràs indicar informació relativa a l'adreça, el correu electrònic...
- | Disposa d'estadístiques d'ús de la teva clientela.

Pren nota de...

- | Si es vol establir comunicació amb la clientela, a través de WhatsApp **és recomanable que, per privacitat, sigui primer la persona interessada la que contacti.**
- | L'ús de la missatgeria instantània no significa enviar missatges comercials a tots els contactes. És una pràctica que **pot generar rebuig per part de la clientela.**
- | Per ordenar l'agenda professional pots utilitzar paraules clau quan desis els contactes. T'ajudarà a personalitzar més i millor.



En aquest vídeo s'explica com treure millor rendiment de la missatgeria *on-line* en el teu negoci. Es realitza mitjançant l'explicació d'una eina de missatgeria, en concret: **el WhatsApp Business**.

Els ítems que es tracten són:

- | **Què és WhatsApp Business?**
- | **Per a què serveix?**
- | **Quines millores pot aportar?**

Fes clic sobre la imatge per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador.

LES XARXES SOCIALS

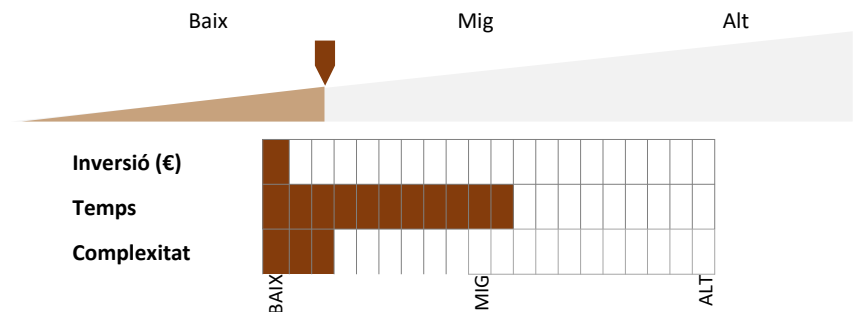
Les xarxes socials

A l'hora de donar visibilitat al nostre negoci, les xarxes socials són un immillorable espai per **promoure la relació amb les persones consumidores.**

Si bé és cert que les xarxes socials ens poden ajudar a vendre, per sobre de tot, són **espais que podem aprofitar per compartir continguts relatius a informació, idees i recomanacions pel que fa al nostre model de negoci.**



Quin esforç implica?



Principals característiques

- La inversió és molt baixa.** Ser present a les xarxes socials no té cap cost econòmic directe, sempre que no es contracti publicitat (la qual depèn del pressupost que estipuli el propi comerç).
- El temps de dedicació és mitjà.** La gran quantitat d'hores que les persones passen avui en dia a les xarxes socials fa que, quan un comerç decideix ser present a una xarxa social, hagi de mantenir la presència amb una certa constància.
- La dificultat tècnica és baixa.** El disseny intuïtiu de les xarxes socials fa que siguin plataformes de fàcil ús, tot i que cal certa pràctica per familiaritzar-s'hi.

LES XARXES SOCIALS

Com poden ajudar a vendre les xarxes socials?

Les xarxes socials són l'espai en què les persones consumidores parlen i es relacionen entre si. Un bon ús de les xarxes socials t'ajudarà a:

Reforçar el missatge comercial.

Les xarxes socials són un canal a partir del qual pots vestir el teu missatge i la teva proposta de valor per reforçar el vincle amb la teva clientela.



Millorar la visibilitat del negoci i la seva notorietat.

La informació que publiquis a les xarxes pot ajudar al teu comerç a guanyar visibilitat, de manera que pots incrementar l'àrea d'influència.

Promoure la comunicació en temps real.

El fet que es tracti d'una eina molt utilitzada per les persones en el dia a dia, et permet estar en contacte amb el teu públic objectiu de manera més constant.

Et donem algunes idees...

Moda: en el cas d'un punt de venda dedicat a la moda, les xarxes socials poden utilitzar-se com a catàleg promocional de la seva oferta comercial. En aquest tipus de comerç, les xarxes poden ser un bon espai on compartir idees de compra per part del comerç. També poden ser un espai en el qual suggerir regals.

Botiga canina: aquest tipus de comerç pot utilitzar les xarxes per compartir els seus serveis. Entre d'altres, les xarxes poden actuar com a aparador d'imatges de feines realitzades, com a espai per crear sugerències i idees entre els internautes que hi vulguin anar a portar els seus animals.

Complements: en aquest cas, aquest comerç pot fer de les xarxes socials, un espai de difusió de les seves novetats i de presentació de les seves novetats. També es poden utilitzar com a plataforma de promoció dels diferents productes i convertir-les, d'aquesta manera, en un espai per suggerir idees de regal.

LES XARXES SOCIALS

De les xarxes socials t'interessa saber...

Sabies que...

- | Avui ja sabem que un petit percentatge de **les vendes al comerç neixen de fotos i vídeos de productes** que es veuen per primera vegada a les xarxes socials.
- | Un element molt important en qualsevol publicació a les xarxes socials és la qualitat de les fotografies que utilitzem.
- | **I recorda!** Quan publiques qualsevol informació a les xarxes socials, transmits un missatge. Intenta que aquest missatge vagi alineat amb els teus objectius i la teva proposta de valor per tal de connectar amb la teva clientela **a través d'una història**, reforçant així el contacte emocional.

Tingues present que...

Facebook i Instagram són dues xarxes que disposen de mecanismes de venda a través de les seves plataformes. Els vols conèixer?



En aquest vídeo s'explica com aprofitar algunes de les xarxes socials per promoure les vendes d'un establiment comercial.

Els ítems que es tracten són:

- | **La importància de ser presents a les xarxes socials**
- | **Com transmetre el valor d'un comerç a les xarxes**
- | **Mecanismes per vendre a les xarxes socials**

Fes clic sobre la imatge per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador. També pots copiar aquest enllaç <https://bit.ly/35cAVJx> i inserir-lo al navegador.

LES XARXES SOCIALS

Si vols vendre a través de les xarxes socials, has de tenir en compte...

	T'ajuda a...	Com ser-hi?	Costa diners?	Alerta amb...
 Facebook mercats web	Comercialitzar productes, directament, sense necessitat de tenir una pàgina de negoci. Està pensat com un entorn de publicacions per a particulars, i no preveu que s'hi facin pagaments.	Accedeix a https://www.facebook.com/mercatsweb a través d'un perfil personal. En la publicació no s'identifica el negoci. El contacte es deriva cap a la missatgeria instantània.	Publicar articles no té cap cost. Tampoc no existeix la possibilitat de fer publicitat d'aquesta publicació. La plataforma no preveu cap mecanisme de venda.	Beneficis de Facebook Ads És l'opció de publicitat de pagament de Facebook i es tracta de l'estratègia que millor funciona en aquesta plataforma. Per iniciar una campanya de Facebook Ads, has de tenir un objectiu clar, ja sigui: millorar el reconeixement de la marca, ampliar l'àrea d'influència, augmentar la interacció de la marca i de la pàgina, trobar nous clients potencials i generar vendes del catàleg.
 Facebook Pàgina de negoci	Disposar d'un espai en una xarxa social de referència, on pots anar publicant informació relativa al teu comerç: fotografies de productes, vídeos del negoci, idees i suggeriments de compres, o altres idees que potencien la venda.	Accedeix al web d'aquesta xarxa social amb el teu perfil personal i crea una pàgina de "Negoci local". D'aquesta manera, podràs mostrar productes en la pestanya "Botiga", els quals també apareixeran en el teu mur.	Publicar articles i difondre'ls no té cap cost. Però has de pensar que, des d'una pàgina de negoci, sí que tens l'opció de fer publicitat dels productes per arribar a més gent. En aquest cas, sí que tindria un cost.	- Pots segmentar l'objectiu de les teves publicacions en funció de les teves necessitats (edat, gènere, àrea geogràfica, situació sentimental, interessos...). - A través dels teus clients actuals, pots optar per aquesta opció que et permetrà interactuar i contactar amb persones usuàries i públics similars. - Pots establir un pressupost màxim d'inversió (diari, setmanal o mensual).

LES XARXES SOCIALS

Si vols vendre a través de les xarxes socials, has de tenir en compte...

	T'ajuda a...	Com ser-hi?	Costa diners?	Alerta amb...	
 Instagram	Transmetre els valors del teu comerç a través d'imatges i vídeos en el mur, les <i>stories</i> i els directes que es poden penjar durant 24 hores, o bé organitzar en carpetes. També es poden mostrar productes, recomanar-los i interactuar amb els teus seguidors.	Per etiquetar els teus productes necessitaràs connectar el teu Instagram a la <i>fanpage</i> de Facebook i haver activat la botiga des de Facebook. És un procés molt senzill, que ve molt ben explicat a Facebook i et permet incrementar les vendes de manera gratuïta.	Publicar articles en aquesta xarxa social és gratuït. Fer publicitat és l'única manera de publicar enllaços a les fotografies. En el cas que vulguis publicar un enllaç a les <i>stories</i> d'Instagram s'ha de superar els 10.000 seguidors.	Instagram Shopping Permet incloure enllaços de compra als productes que apareixen a les teves publicacions. Aquests enllaços derivaran l'usuari a la teva botiga <i>on-line</i> . Instagram Ads En aquest cas, la publicitat de pagament d'Instagram funciona de la mateixa manera que en el cas de Facebook Ads, ja que estarà enllaçada a la teva pàgina de negoci de Facebook.	El repte és mantenir una rutina en la publicació de continguts, sempre vinculades al negoci. Aquestes publicacions hauran de ser de qualitat, molt visuals i atractives per tal de connectar amb els teus <i>followers</i> . Si s'equilibren els continguts comercial i es manté una relació constant a través de la interacció amb els seguidors aniràs pel bon camí per generar nova clientela.

Saps que són els hashtags?

Els *hashtags* són paraules o grups de paraules rellevants que van precedides d'un **#** i que s'utilitzen a les xarxes socials per classificar continguts (#LoveSantJosep, #sanjosepdesatalaia).

Permeten destacar continguts concrets a partir de paraules comunes incrementant, així, la seva visibilitat de les publicacions que facis.

Els *hashtags* els pots utilitzar per parlar sobre temàtiques, esdeveniments i tendències del teu sector.

Al següent vídeo t'ensenyem quin tipus de continguts pots crear a Instagram i alguns consells per guanyar presència en aquesta xarxa social!

Fes click en la imatge per obrir el vídeo.



LES XARXES SOCIALS

Hi ha altres xarxes socials de tipus professional que t'ajudaran a enfortir la teva imatge....

	T'ajuda a...	Quin cost té?	Algunes idees...
 LinkedIn	LinkedIn és una xarxa social pensada com a un espai de relació i informació entre professionals de diferents sectors. Entre les seves principals funcions hi podem trobar les següents: • Espai d'informació actualitzada en la qual podem compartir i accedir a fonts d'informació empresarial (notícies, estudis, articles d'opinió...). • Espai per compartir esdeveniments i projectes de caràcter professional.	Accedeix a https://www.linkedin.com/ El compte bàsic es d'ús gratuït. Hi pots publicar articles o enllaços sense cap cost. També pots crear esdeveniments, grups i debats de temes d'interès vinculats al teu negoci. Més enllà del compte bàsic, disposes de plans de subscripció Premium que són de pagament i que t'ofereixen diferents modalitats per cercar feina, ampliar la teva xarxa de contactes....	Tot seguit et proposem, a tall d'exemple, algunes idees que pots treballar amb LinkedIn: • Pots publicar, periòdicament, esdeveniments corporatius que organitzi el teu propi negoci (organització de seminaris web, esdeveniments puntuals...). • Pots publicar articles d'opinió vinculats al sector en què treballes. T'ajudaran a enfortir la reputació del negoci. • Pots participar activament, en l'intercanvi d'opinions amb altres professionals del teu sector, opinant sobre idees, notícies d'interès...

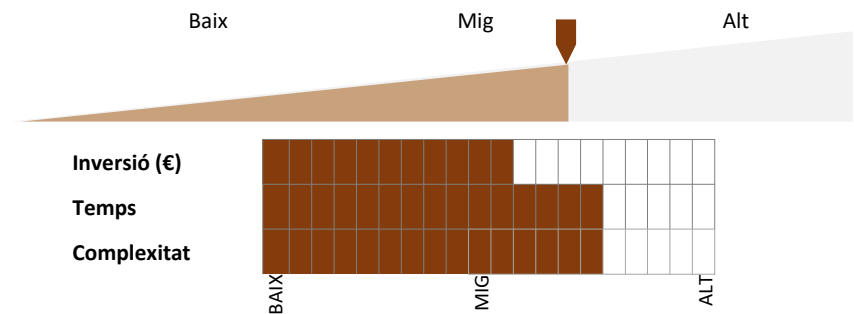
ELS WEBS

Els webs

Un web és un espai a Internet que fem servir com l'**aparador digital del nostre comerç**. De fet, pot convertir-se en un immillorable espai de presentació d'un punt de venda i, al mateix temps, és una eina idònia per **informar, divulgar i donar a conèixer** tota aquella informació que volem difondre sobre el nostre establiment comercial.



Quin esforç implica?



Principals característiques

- La inversió és mitjana.** Tot i que el rang de preus pot arribar a ser molt ampli i subjectiu, un lloc web es pot contractar a partir d'uns 600 euros. Això sí, s'ha de preveure sempre els costos de domini, manteniment i allotjament.
- El temps de dedicació és moderat.** En funció de quins siguin els objectius del nostre web, la dedicació pot ser més o menys àmplia. En general, però, un web que pretengui informar de la nostra proposta comercial no ha de presentar gaires dificultats de dedicació.
- La dificultat tècnica és moderada.** Depèn molt de quin sigui l'ús que vulguem atorgar al web (informació, creació de continguts...) i la tecnologia emprada. Tot i això, la dificultat de gestió sempre s'acaba simplificant.

ELS WEBS

Com et pot ajudar a vendre un web?

La disposició d'un web per al comerç et pot permetre:

Disposar d'un catàleg amb tota l'oferta comercial

Un web és un immillorable aparador per compartir el catàleg de productes i serveis actualitzat en tot moment.

Millorar la imatge del comerç i la seva notorietat

Un web et pot permetre reforçar el valor de la imatge i interactuar amb les persones usuàries que busquen informació al web.

Compartir informació complementària

Un dels avantatges que aporta tenir un web és la creació de continguts que consolidin el missatge comercial i la credibilitat del punt de venda.



Et donem algunes idees...

Mobles per a la llar: un

establiment dedicat a la venda de mobles pot utilitzar un web per donar a conèixer bona part dels seus productes. Amb tot i això, el web pot servir com a punt de referència per mostrar les novetats de temporada i algunes ofertes puntuals de temporada...

Llibreria: una llibreria pot disposar

d'un web per tal d'indicar els principals gèneres comercials de què disposa. L'objectiu d'aquest web no descansa en la idea d'oferir tots els productes, sinó en oferir a la clientela les principals temàtiques i línies de productes que es poden trobar dins l'establiment. Pot actuar també, com a espai de recomanació.

Centre d'estètica: un centre

d'estètica pot disposar d'un web per donar a conèixer l'oferta de serveis. El mateix web pot servir com a espai per compartir informació vinculada a la millora de la imatge personal (articles per a una nutrició sana, mesures d'higiene personal per millorar la imatge...).

ELS WEBS

Dels espais web t'interessa saber...



Sabies que...

- | Si disposes d'un web, quan qualsevol persona et busqui, sempre li **serà molt més fàcil trobar-te a la xarxa**.
- | **Un web permet mostrar informació visual d'un comerç** (imatge interior de l'establiment, instal·lacions, vídeos explicatius de l'oferta comercial...).
- | Un web permet disposar **d'un espai unificat amb les dades de contacte i les xarxes socials** (telèfon, e-mail, adreça...).

Tingues present...

- | Abans de crear el teu propi web, comprova que el domini que voldràs utilitzar estigui lliure. Ho pots comprovar a <https://www.dondominio.com/> <https://www.nominalia.com/>

Pren nota de...

- | Si vols crear el teu propi web i mantenir-lo actiu tingues present que té certs **costos de manteniment** i de temps.
- | No tots els comerços cal que tinguin web. Si no vols disposar d'una web amb informació bàsica, pots fer **ús d'aplicacions gratuïtes** que cobreixen la mateixa funció ([mira la pàgina 33 d'aquesta guia](#)).
- | **La seguretat a Internet** és molt important. Si disposes d'un web, sempre necessitaràs un bon suport de seguretat.

Quins programes web puc utilitzar per fer-ne un?

- | Tot i que són molts els programes per a fer webs, entre els més populars disposes de Wordpress, Wix, WebNode o One.com.

LES NEWSLETTERS

Les newsletters

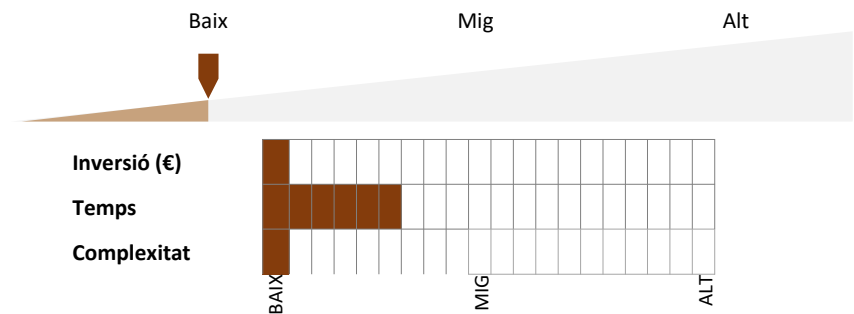
Les *newsletters* són mitjans de màrqueting directe que permeten la difusió i promoció d'un negoci a través del correu electrònic.

Es tracta de plantilles gràfiques que poden ajudar, no només a comunicar, sinó també a actuar com un espai per a compartir idees, continguts i tota mena d'informació relativa a un punt de venda. Es tracta d'un dels mitjans propis amb una major incidència comercial entre els seus usuaris.

Això si, s'ha de disposar sempre de l'autorització de les persones receptores.



Quin esforç implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** Les *newsletters* són una de les eines de comunicació directe que requereixen una inversió més aviat baixa. Els costos econòmics més importants són els derivats del disseny gràfic.
- | **El temps de dedicació és mitjà-baix.** Tot i no requerir, aparentment, gaire temps, una *newsletter* requereix que es disposi d'un relat comercial que ens permeti portar a bon port l'objectiu.
- | **La dificultat tècnica és baixa.** Més enllà de la preparació inicial, les *newsletters* no presenten una dificultat tècnica gaire elevada.

LES NEWSLETTERS

Com et pot ajudar a vendre una *newsletter*?

Una *newsletter* et permetrà facilitar el contacte més directe i personalitzat amb la clientela. A més:

Donar a conèixer l'oferta i impulsar la venda

T'ofereix la possibilitat d'incentivar la compra de determinats productes o serveis.

Oferint serveis i generant valor a la clientela

Et permetrà donar a conèixer nous serveis que un comerç pot oferir a la clientela (informació de novetats, nous horaris, nous productes i serveis...).

Pots establir un contacte molt personalitzat

Una *newsletter* és ideal per compartir informació rellevant d'un negoci o sector. Permet establir un contacte personalitzat amb la clientela.



Et donem algunes idees...

Gimnàs: aquest tipus de negoci pot disposar d'una *newsletter* com a eina per informar d'ofertes en la matrícula o en algun servei especial. Pot utilitzar el mateix enviament per donar a conèixer novetats en classes que abans no es feien.

Allotjament rural: un allotjament rural o petit hotel pot disposar d'una *newsletter* per informar de paquets turístics de temporada, d'espai de suggeriments d'activitats que es poden fer a Sant Josep de Sa Talaia. L'ús de la *newsletter* ajudarà a incentivar que la clientela vulgui allotjar-se a l'establiment.

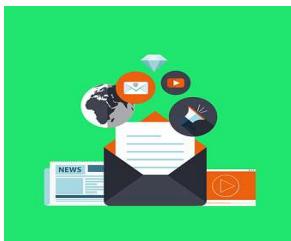
Acadèmia: una acadèmia d'idiomes o de qualsevol altra activitat divulgativa, pot utilitzar la *newsletter* per informar de nous cursos, de novetats educatives, així com d'espais per donar a conèixer jocs, activitats... . També pot utilitzar aquesta eina com a mitjà de divulgació del sector.

LES NEWSLETTERS

De les *newsletters* t'interessa saber...

Sabies que...

- | Les *newsletters* són un fantàstic **canal per mantenir un contacte personalitzat i continu amb la clientela.**
- | Per obtenir de bons resultats, hem de disposar d'una plantilla amb una imatge comercial ben atractiva.
- | Les *newsletters* poden ser molt efectives si les **utilitzem com a canal, no només de venda, sinó també de relació i de generació de continguts.**
- | L'ús de les *newsletters* pot ser un espai idoni per redirigir la persona receptora al nostre web, xarxes socials...



Pren nota de...

- | Per tal de fer ús d'aquest mitjà ens hem de disposar d'una base de dades prèvia amb l'*e-mail* i nom de les persones. **És imprescindible que disposem de la seva autorització per rebre aquests correus.**
- | És molt important que **complim la legislació vigent** i que sempre tinguem el permís de la clientela.
- | És recomanable **no fer un ús excessiu d'aquest mitjà si no volem que la clientela se'n cansi i deixi de voler rebre més comunicacions.**

Tingues present que...

- | Per a projectar una bona *newsletter* és necessari un programa d'enviament als diferents contactes. Tot i que n'hi ha diversos, la plataforma Mailchimp és una de les més utilitzades.



LES BOTIGUES *ON-LINE*

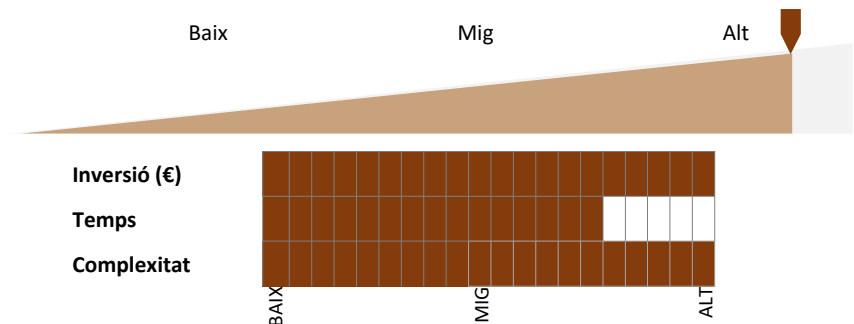
Les botigues *on-line*

Les botigues *on-line* són una forma de comerç electrònic, **també conegut com**, a partir del qual es poden vendre productes o serveis a **e-commerce** través d'un lloc web. Les botigues *on-line* es caracteritzen per oferir una àmplia oferta de productes amb totes les seves característiques.

Un comerç pot crear la seva pròpia botiga, tot i que també **disposa d'alternatives i variants a un comerç *on-line* propi**.



Quin esforç implica?



Principals característiques

- | **La inversió és alta.** Posar en marxa una botiga *on-line* implica una significativa inversió de recursos. Aquesta eina digital implica la construcció d'un lloc web, un cost de manteniment i la posada en marxa d'estratègies de publicitat complementàries.
- | **El temps de dedicació és mitjà-alt.** Un comerç electrònic propi pot requerir un cert temps de dedicació en la posada a punt.
- | **La dificultat tècnica és alta.** El conjunt d'elements que hi intervenen fa que sigui complex crear i mantenir una botiga *on-line* que ofereixi garanties de seguretat i viabilitat comercial.

LES BOTIGUES *ON-LINE*

Com et pot ajudar a vendre una botiga *on-line* pròpia?

Entre les principals virtuts de crear una botiga *on-line* pròpia, destaquen:

Automatitzar continguts i facilitar la compra

Gràcies als processos automatitzats de les botigues *on-line*, la clientela pot escollir els productes que vol.

Ampliar horaris i apropar-se a les persones

Una botiga en línia està disponible per a qualsevol persona les 24 hores del dia i durant 365 dies.

Ampliar zones geogràfiques i captar nous públics

Les botigues *on-line* no només no disposen d'horaris sinó que tenen la capacitat d'arribar a més clientela que no la d'una botiga física.



Et donem algunes idees...

Roba d'esport: una botiga de roba d'esport pot decidir ampliar la presència en canals digitals amb un punt de venda *on-line*. Així, amb les noves possibilitats de servei a domicili és més fàcil arribar a potencials persones consumidores sense necessitat de desplaçar-se.

Floristeria: un punt de venda *on-line* és una bona eina on poder compartir els teus productes i ampliar així les opcions de venda. És una bona oportunitat per captar nova clientela per diferents motius, sol ser més difícil poder comprar en un punt de venda físic.



LES BOTIGUES *ON-LINE*

De les botigues *on-line* t'interessa saber...



Sabies que...

- | Les botigues *on-line* poden facilitar:
 - ▶ **la comercialització de productes singulars**, ja que disposen d'una major capacitat de diferenciar-se de la competència.
 - ▶ **la simplificació de les compres repetitives** de la clientela.
- | **Les botigues *on-line* t'ajudaran a entendre millor com és la clientela que et compra.** Aquest fet et permetrà refer el missatge comercial, quan sigui necessari.
- | Una botiga *on-line* et permetrà millorar la presència digital del negoci.

Tingues present...

Aquells comerços que vulguin vendre *on-line* sense disposar d'un comerç *on-line* propi, **disposen d'alternatives menys costoses i amb menys dificultat tècnica.**

Pren nota de...

- | De la mateixa manera que en la botiga física s'ha d'invertir un cert temps **en la planificació dels detalls, en les botigues *on-line* és necessari treballar en aspectes com:** nom del domini, servidor, eines tecnològiques, sistema de distribució, disseny gràfic i d'experiència a d'usuària, campanyes de publicitat o l'estratègia de presència a xarxes socials, entre d'altres.
- | Les botigues *on-line* pròpies **requereixen un cost de desenvolupament, manteniment** i dedicació alt de l'impulsor del negoci. És convenient **disposar d'assistència tècnica** per facilitar el bon funcionament de la plataforma i respondre, de manera ràpida, a possibles incidències.

LES BOTIGUES *ON-LINE*

Els mercats web. Una alternativa a les botigues *on-line* pròpies



Principals beneficis dels mercats web

- | **Capacitat d'atracció.** Els grans mercats web són plataformes amb una gran capacitat d'atracció i de generació de visibilitat.
- | **Solucions logístiques.** Els mercats web s'encarreguen de la gestió logística (emmagatzematge dels productes, venda, lliurament dels productes...).
- | **Facilita el cobrament.** Aquestes plataformes s'encarreguen de la gestió del cobrament a la clientela i del pagament als comerços.
- | **Una gran botiga al servei d'un comerç.** L'avantatge competitiu rau en la varietat d'oferta que s'hi pot trobar. A diferència de les botigues *on-line* pròpies, un mercats web aliè requereix coneixements tècnics més senzills.



Principals inconvenients dels mercats web

- | Has de tenir en compte de quina manera les **condicions i els termes del contracte** amb un mercats web poden condicionar la gestió òptima del comerç.
- | Tingues present que en aquests espais hi pots trobar **molta competència**, fet que pot suposar una reducció de marges comercials i el desconeixement de qui et compra els productes.

Tingues present...

Aquests són els principals passos per vendre en aquests tipus de plataformes digitals:

- | Decidir què vols vendre.
- | Seleccionar la tarifa que més et convingui.
- | Registrar el comerç a la plataforma.
- | Començar a publicar productes a la plataforma (descripció dels productes, les imatges d'aquests productes...).



ELS SEMINARIS WEB O VIDEOCONFERÈNCIES

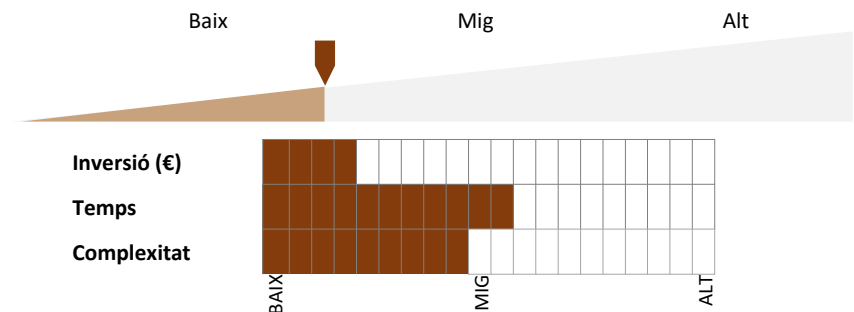
Els seminaris web o videoconferències

Les **videoconferències** són **plataformes de vídeo**, so i **dades** disponibles a Internet i que permeten que les persones es comuniquin, entre si, **en temps real** i des de qualsevol lloc.

En un comerç et poden ajudar a **personalitzar i fer més propera la relació amb la clientela**. També et poden ajudar a **crear noves oportunitats en la venda dels productes**.



Quin esforç implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** Majoritàriament, les plataformes de videoconferència són gratuïtes. Amb tot i això hi ha versions de pagament a partir d'uns 20 euros mensuals.
- | **El temps de dedicació és mitjà-alt.** L'ús de videoconferència en el comerç requereix temps de preparació per a l'esdeveniment que volem oferir, ja sigui per a la presentació de mostraris, preparar el discurs o l'escenografia.
- | **La dificultat tècnica és mitjana.** L'organització de videoconferències i l'ús correcte requereixen una certa pràctica en el funcionament de la plataforma.

ELS SEMINARIS WEB O VIDEOCONFERÈNCIES

Com et pot ajudar a vendre una videoconferència?

Les **videoconferències** et poden ser d'utilitat de la següent manera:

Mostrar productes i generar nous vincles

Et permetrà ensenyar, a través de vídeo i en temps real, els productes i serveis que tens al comerç

Celebrar esdeveniments i generar confiança

Et pot ajudar a realitzar activitats que complementin i generin més valor a la venda dels productes (tallers demostratius, xerrades...)

Resoldre dubtes i fidelitzar la clientela

La videoconferència et pot facilitar la feina de resoldre qualsevol dubte de la clientela de manera personalitzada (instal·lació de productes, de la postvenda...)

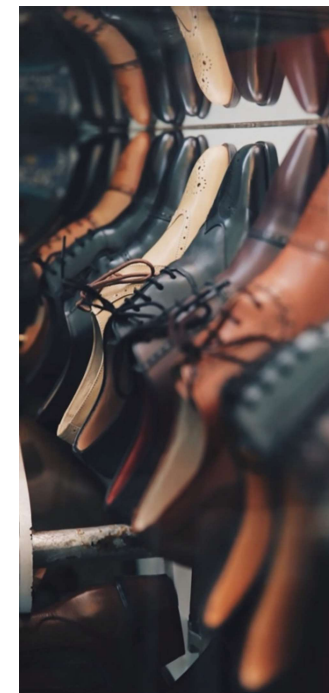


Et donem algunes idees...

Ferreteria: una ferreteria pot organitzar seminaris web per debatre amb la clientela els projectes que realitzen. De la mateixa manera, pot fer ús dels seminaris web per fer petits tallers...

Joguines: pot realitzar videoconferències per mostrar les noves joguines i els beneficis educatius. Així mateix, poden organitzar petits seminaris web sobre com muntar determinades joguines, els usos i aplicacions...

Sabateria: una botiga de calçats pot organitzar seminaris web per donar a conèixer les novetats entre la clientela més fidel. A través de la realització de petits seminaris web, pot donar a conèixer novetats de temporada, ofertes específiques...



>> De ben segur que les demostracions en directe t'ajudaran a fidelitzar nova clientela.

ELS SEMINARIS WEB O VIDEOCONFERÈNCIES

De les videoconferències t'interessa saber...

Sabies que...

- | Les videoconferències permeten fer **trobades amb grups amplis de persones**, i que aquestes puguin veure i compartir tota mena d'informació.
- | La major part de les plataformes de videoconferència **et permetran compartir tota mena d'arxius** (documents, vídeos).
- | Les videoconferències et permetran **reduir costos de desplaçament i generar trobades** de manera fàcil i ràpida.
- | Tot i això, les videoconferències requereixen que comerç i client disposin d'una bona **connectivitat a Internet**.

Quins programes de videoconferència puc utilitzar?

Tot i que són molts els programes de videoconferència, entre els més populars disposes de Meet de Hangouts, ZOOM Meeting i Skype. Són programes molt intuïtius i fàcils d'utilitzar.

Pren nota de...

Crear una videoconferència és molt senzill. Només has de seguir aquests passos:

1. Escull la plataforma que més t'agradi.
2. Registra-t'hi i crea el compte.
3. Programa una reunió amb el nom de la sessió, la data i hora.
4. Envia l'enllaç a la persona o persones amb qui vols interactuar.

I ja pots començar. T'hi animes?

Hi ha altres opcions?

Instagram i Youtube ofereixen la possibilitat de realitzar retransmissions en directe que et permetran fer tallers i organitzar converses que t'ajudaran a fer que noves persones coneguin el teu comerç.

LES APLICACIONS MÒBILS

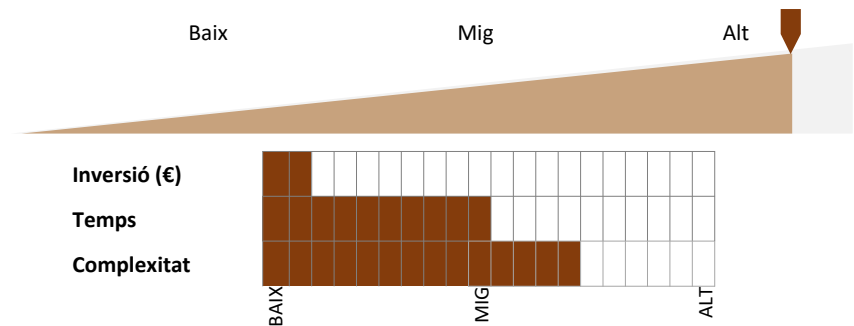
Aplicacions mòbils per al comerç

Una aplicació mòbil, coneguda habitualment com APP, és un petit programa informàtic dissenyat per ser utilitzat en qualsevol dispositiu mòbil. N'hi ha de gratuïtes i de pagament.

Existeixen moltes aplicacions mòbils de tipologies ben diferents i que són aplicables al comerç. Tot seguit t'exposem aquelles que un comerç pot utilitzar com a mecanisme de suport a la gestió.



Quin esforç implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** En general les apps són escalades en funció de les necessitats o de l'ús, i per això solen ser de baix cost o, fins i tot, gratuïtes.
- | **El temps de dedicació és mitjà.** Tot i que en les fases inicials s'ha d'invertir un temps significatiu per saber com funciona, la vocació final és agilitzar processos i fer el nostre temps més eficient.
- | **La dificultat tècnica és mitjana o moderada.** Tot i que la dificultat d'ús sol ser moderada, segons les característiques de cada aplicació, treure'n el màxim rendiment pot ser complicat.

LES APLICACIONS MÒBILS

Com et poden ajudar les aplicacions mòbils a ser més productiu i eficient?

Fins ara, has pogut conèixer les diferents eines digitals que la tecnologia ens ofereix per vendre. Es tracta d'eines que, de ben segur, t'ajudaran a millorar la gestió del comerç.

Tanmateix, existeixen altres solucions tecnològiques per millorar l'eficiència en la gestió dels negocis. Bona part d'aquestes solucions són aplicacions mòbils. Les aplicacions mòbils són petits programes informàtics dissenyats per ser utilitzats en qualsevol dispositiu mòbil.

Al següent vídeo expliquem com fer ús de les aplicacions mòbils.

Fes click en la imatge per obrir el vídeo.



El fet que les persones passin moltes hores mirant els mòbils els atorga una importància molt gran. En general, les aplicacions t'ajudaran a:

Fer més fàcil la compra de la clientela amb mesures que facilitin la gestió de la informació, el pagament...

Promoure una comunicació millor del negoci amb les persones de l'entorn.

Realitzar accions de promoció i difusió del negoci utilitzant la tecnologia digital.

Millorar, en general, la gestió integral del negoci amb aplicacions molt diverses i transversals.

Tingues present...

D'aplicacions n'hi ha de gratuïtes i de pagament, i n'existeix una àmplia gamma, que et poden ajudar molt en el teu comerç. **Les vols conèixer?**

LES APLICACIONS MÒBILS

Quines aplicacions poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?



App de geolocalització

Què són?

Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones puguin trobar la ubicació exacta de la botiga.

Són eines pensades per facilitar l'accés de les persones a la compra.

Beneficis per al comerç

Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones localitzin la botiga més fàcilment.

Tot i això, aquestes eines ens permeten informar dels horaris d'obertura, penjar fotografies dels productes i serveis, i permeten que la clientela pugui deixar ressenyes d'un establiment.

ESCOLTA'LS

Podcast

3,2,1... i acció.
La Geolocalització

FOCALIZZA
COMERÇ I INNOVACIÓ DIGITAL



App de pagament

En el context actual, marcat per l'agilitat i la facilitat de la compra, hi ha aplicacions que poden ser de molta utilitat per a les persones consumidores i per a qualsevol negoci.

Es tracta de les aplicacions que permeten fer el pagament mitjançant un dispositiu mòbil.

Són plataformes digitals a través de les quals es poden fer pagaments de manera instantània entre persones. És una bona alternativa a les transferències bancàries i la major part d'entitats financeres l'accepten.

Tot i la popularitat de Bizum, n'existeixen d'altres. Entre les més conegudes segur que deus conèixer PayPal.

Podcast

3,2,1... i acció.
Apps de pagament



LES APLICACIONS MÒBILS

Quines aplicacions poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?



Codis QR

Què són?

Un codi QR és un codi de barres que la clientela pot llegir a través de la càmera del dispositiu mòbil. En cas que disposis d'un web pròpia, aquests et permetran donar-li més visibilitat, de la mateixa manera que podràs aconseguir un major volum de vendes perquè es poden configurar cupons de descompte, propostes de venda creuada...

Beneficis per al comerç

Els codis QR en un comerç tenen com a objectiu principal la interacció amb els consumidors. Un punt de venda pot disposar de diferents codis QR repartits en diferents punts de l'aparador i l'interior del comerç que permetin a la clientela accedir a informació rellevant: informació específica del negoci, accés a promocions i campanyes del municipi.

Fes la prova

Busca el lector de codis QR del dispositiu mòbil i escaneja el codi QR de la dreta, que et portarà el lloc web de l'Ajuntament de Sant Josep de Sa Talaia.

Escolta el següent podcast, en el qual podràs conèixer algunes accions que pots utilitzar amb els codis QR en el punt de venda o negoci.



LES APLICACIONS MÒBILS

Quines aplicacions poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?

	Què són?	Beneficis per al comerç
 Xatbots	Un bot conversacional o xatbot és un programa que simula mantenir una conversa amb una persona. S'utilitzen els llocs web i habitualment la conversa s'estableix a través d'un teclat, encara que també hi ha models que disposen d'una interfície d'usuari multimèdia. En trobem de dos tipus, els que tenen respostes automàtiques (un robot) i els que hi tenen una persona darrere.	Si un comerç disposa d'un xatbot, l'usuari pot iniciar una conversa, a qualsevol moment del dia, i pot obtenir respostes immediates i relatives a dubtes sobre productes, horaris i altres qüestions, totes elles vinculades amb la gestió d'un punt de venda.
 Enquestes i formularis	Les enquestes i els formularis són una eina que ens pot ajudar a conèixer la nostra clientela. Aspectes com la valoració dels productes, de la imatge del local o de la satisfacció amb el servei, és una informació molt valuosa que podem aprofitar per a millorar el negoci.	Google Forms o Typeforms són plataformes digitals a través de les quals pots dissenyar les enquestes i formularis. Després, les podràs fer arribar a la clientela a través d'un enllaç (que pots distribuir a través dels canals digitals) o utilitzant un codi QR (que pots penjar a l'establiment o incloure-ho als tiquets o fulls informatius).

A top-down view of a wooden desk. On the left, a white cup of coffee is partially visible. In the center, a black tablet displays the text 'PASSA A L'ACCIÓ' in white, bold, sans-serif font. To the right of the tablet, there is a silver and black vintage camera with a flash unit attached. Above the camera, a roll of film and a circular object with the 'Kodak' logo are visible. A large, white, stylized graphic element, resembling a speech bubble or a large letter 'P', is overlaid on the left side of the image, partially covering the tablet and the coffee cup.

**PASSA A
L'ACCIÓ**

TRANSFORMA EL TEU NEGOCI

PASSA A L'ACCIÓ I TRANSFORMA EL TEU COMERÇ

Primers passos per a la transformació digital

Ara que ja coneixes Internet, ja entens el que suposa la transformació digital i ja saps què pot fer la tecnologia per al negoci, a continuació et proposem els passos que com a comerç hauries de fer per iniciar un procés de digitalització que s'adeqüi a les teves necessitats.

1. **Analitza la realitat del teu negoci.** Pensa en quin model de negoci tens i quines estratègies de màrqueting vols aplicar. Els que s'equivoquen són els que volen fer un lloc web sense haver pensat abans el que volen transmetre en aquest web. Per a fer-ho correctament, necessites conèixer quin és el perfil de la clientela i quines són les seves necessitats. A partir d'aquí, podràs escollir quines de les eines digitals que t'hem explicat són les més adequades per al teu comerç (no és necessari implementar-les totes!).
2. **Construeix un relat comercial.** Un dels elements més importants d'un comerç actual és la construcció d'un relat comercial atractiu als ulls de les persones consumidores. Fem referència a la necessitat de crear una proposta de valor suficientment atractiva als ulls de la clientela. La proposta de valor són els atributs que volem que transmeti el nostre comerç, i com a tal, han de ser la base per a la comunicació digital del punt de venda.

PASSA A L'ACCIÓ I TRANSFORMA EL TEU COMERÇ

3. **Dissenya una estratègia digital.** Per a dissenyar una estratègia digital has de tenir els objectius molt ben identificats. Aquests objectius s'han de marcar des de diferents punts de vista, tant de caràcter estratègic (gestió del negoci, productivitat i operativa diària) com de caràcter econòmic (assegurar la rendibilitat). Sigues conscient i pensa amb objectius que siguin realistes. Pensa que, si vas a poc a poc, podràs anar marcant-te objectius cada vegada més ambiciosos.
4. **Comprova que disposes d'una base de dades de contacte de la clientela.** Pot semblar un pas molt senzill i obvi, però et sorprendria saber la quantitat de negocis que no han treballat aquest aspecte. El fet de mantenir una base de dades de la clientela amb les dades de contacte necessàries, així com altra informació complementària, és un punt clau de qualsevol estratègia per caminar cap a la digitalització.
5. **Comprova que estàs geolocalitzat.** Com hem vist en aquesta guia, la societat avui en dia viu connectada als dispositius mòbils. Això fa que hàgim de ser presents tant en el punt de venda físic com en les principals plataformes que utilitzen les persones consumidores. Ser present a les plataformes de Google o TripAdvisor t'aportarà un extra de visibilitat al negoci que, no tindries, si només ets present a peu de carrer.



Tingues present,...

Fer un reconeixement sobre com la nostra clientela percep el punt de venda ens ajudarà a definir els atributs a través dels quals volem promocionar el negoci.

Dedica uns minuts a pensar:

- Què ofereix el meu negoci?
- Com el comunico?

PASSA A L'ACCIÓ I TRANSFORMA EL TEU COMERÇ

6. **Crea un perfil del negoci a les xarxes socials.** De la mateixa manera, has pogut comprovar que les xarxes socials són més que un lloc de relació. De fet, són EL LLOC de relació i de comunicació entre persones. Això fa que qualsevol tingui l'oportunitat de fer-se visible per persones que no passen mai per davant del teu punt de venda o que viuen en altres entorns geogràfics. Revisa que siguis present a les principals xarxes socials, que les tinguis actualitzades amb la informació del negoci i que contribueixes a dinamitzar-les a través de les teves publicacions.
7. **Comença a generar continguts.** Ja tens xarxes socials? Perfecte! Ara toca pensar en aquells elements o temàtiques amb què, a través dels teus coneixements, pots afegir valor a la marca o negoci per tal de fer que augmenti la visibilitat i et permeti connectar amb l'estil de vida dels seguidors. Parla d'aquells temes que més els interessin, adapta'ls al teu negoci i interactua amb les persones consumidores, a fi de connectar-hi d'una manera més directa i emocional.
8. **Analitza la repercussió de les teves publicacions.** Realment funcionen? Has de canviar d'estratègia? Has de canviar de canal? Els continguts que publiquis s'adeqüen al perfil de la clientela? Recorda que el fet d'estar present en els mitjans digitals no implica que puguis augmentar el volum de vendes. Fa falta que siguis actiu i que revisis aquelles publicacions i continguts que millor et funcionen per a promocionar el negoci. Recorda que, en tractar-se de mitjans digitals, la majoria d'actuacions no tenen cap cost econòmic.



Tingues present,...

Per publicar, participar i generar continguts a les xarxes, és important que aquests siguin relacionals. És important que els comentaris que generis als diferents perfils de les xarxes socials vagin dirigits, no només a informar la clientela, sinó també a promoure continguts atractius per a les persones que et poden comprar.

PASSA A L'ACCIÓ I TRANSFORMA EL TEU COMERÇ

9. **Revisa la reputació *on-line* del negoci.** La teva reputació *on-line* representa el prestigi de la marca i li aporta major notorietat i visibilitat com a negoci a la xarxa. Aquesta reputació neix de les interaccions entre la marca i els seguidors o la clientela. Per tant, suposant que el teu negoci ja opera en les diferents xarxes, descobreix en quin estat es troba la teva reputació *on-line*, quina opinió tenen de la marca els usuaris de la xarxa i analitza què pots fer per millorar-la (millorar el tracte a la clientela, donar resposta a les qüestions tant positives com negatives que et plantegin o afegir testimonis i comentaris reals sobre la teva activitat).

Encara tens algun dubte?

Fes click a la següent imatge i reproduïx el podcast que t'explicarà les claus d'aquest procés d'una manera didàctica i amena.





TEMPS DE PRÀCTICA

QUIN ÚS FAS DE LES
TECNOLOGIES EN EL TEU
COMERÇ?

TEMPS DE PRÀCTICA

A continuació, et proposem que realitzis tot un seguit d'exercicis que t'ajudaran a reflexionar sobre com pots fer ús d'aquestes eines digitals que has après i que de ben segur et podran ajudar a millorar la comunicació i promoció del punt de venda.

1. Treballes en generar confiança per fomentar la fidelització de la clientela?

A hores d'ara, ja deus tenir present que el comerç ha passat de ser un negoci que ven productes, a un format comercial que ha de ser capaç de generar confiança i valor a la clientela, al llarg de tot el procés de compra. Precisament, i per fomentar la confiança i la comunicació directa amb les persones que compren, no només s'han d'utilitzar bones paraules, fotografies i publicar a les xarxes socials. La clientela esdevindrà un autèntic seguidor i ambaixador del punt de venda quan percebi que realment te'n preocupes: amb una nota escrita a mà quan rebis la compra, amb un correu d'agraïment al cap d'uns dies, amb un detall quan arriba Nadal...

Creus, doncs, que connectes amb la clientela? Hi parles contínuament?

Més enllà de la interacció personal amb la clientela al punt de venda, avui en dia és essencial que es treballi en la generació de continguts que estiguin relacionats amb el negoci o que s'hi complementin bé, pel simple fet que li estaràs aportant valor i coneixements que el client no podria adquirir de qualsevol altra forma. A més estarà transmetent la passió per la teva professió i el missatge que vols comunicar.

Reflexiona sobre tres temes amb els quals podries interactuar amb la clientela:

TEMPS DE PRÀCTICA

Quina necessitat cobreixes amb el teu producte o servei? Com millora teva relació amb les persones que compren?

Quins canals utilitzes per relacionar-te amb la teva clientela?

☐

missatgeria instantània

☐

xarxes socials

☐

newsletter

☐

aplicacions mòbils

☐

web propi

☐

seminaris web /
videoconferències

Ara que has contestat aquestes preguntes, realment treballes per millorar la relació i la confiança amb la clientela potencial?

TEMPS DE PRÀCTICA

2. Coneixes els beneficis de la geolocalització en un punt de venda?

Al llarg del present document, t'hem anat explicant la importància de ser present al món digital. Tal com has pogut observar, molts són els recursos digitals que la tecnologia posa a l'abast de qualsevol comerç. Un d'aquests recursos són les aplicacions de geolocalització. Petits programes informàtics que tenen la capacitat d'ajudar la clientela a trobar-nos més fàcilment, conèixer els horaris comercials, així com d'ajudar-nos a comunicar i promocionar el punt de venda. La geolocalització és, doncs, un mecanisme d'ús molt fàcil que ens pot ajudar a guanyar clientela.

Tens en compte la geolocalització del punt de venda? La fas servir com a canal de comunicació del teu comerç?

Describeix les aplicacions de geolocalització que utilitzes per donar una major visibilitat al comerç:

TEMPS DE PRÀCTICA

Disposes de valoracions i ressenyes del teu comerç? Si és així, n'hi ha alguna que et doni pistes sobre com millorar la gestió del punt de venda?

Quins dels següents aspectes utilitzes per millorar la geolocalització?

☐

informo de canvis d'horaris

☐

faig un seguiment de les ressenyes de la clientela

☐

penjo fotografies de noves línies de productes

☐

responc les ressenyes fetes per la clientela

☐

informo del telèfon del negoci

☐

informo del web del negoci

Segons el que hagi respondut, és probable que vulgui millorar la geolocalització, per tal de causar una primera bona impressió als usuaris. Recorda tenir ben definida l'activitat del negoci al perfil, o serà més difícil que et localitzin!

TEMPS DE PRÀCTICA

3. Disposes d'un web del punt de venda? Quin ús en fas?

Al llarg de la lectura, s'ha descrit què són els webs i quines són les possibilitats com a plataforma de venda i de relació amb la clientela. En general, els webs suposen un mitjà propi de qualsevol punt de venda, que es pot utilitzar per difondre l'oferta comercial.

Creus que fas un bon ús i manteniment del web de l'establiment comercial?

Quins dels següents usos sols fer amb el teu web?

☐

manteniment periòdic

☐

dono a conèixer l'oferta comercial

☐

disposo d'un domini propi

☐

disposo d'un blog dins el mateix web

☐

informo de dades bàsiques de contacte

Ara que has contestat aquestes preguntes, et pots fer una idea sobre fins a quin punt el teu punt de venda optimitza el fet de disposar d'un web propi.

TEMPS DE PRÀCTICA

4. Utilitzes les aplicacions mòbils com a eina per a fidelitzar a la clientela?

Tal com deus haver llegit, les aplicacions mòbils són petites eines informàtiques amb un gran poder per promoure la relació amb la clientela. D'aplicacions mòbils en podràs trobar de moltes tipologies diferents. Tanmateix, n'hi ha algunes que, per la temàtica i rellevància, et poden ajudar a millorar les vendes. Saps com? Doncs facilitant la ubicació del teu punt de venda, facilitant la manera com pagar, promovent mecanismes per presentar els productes d'una manera més visual i atractiva...

Creus que fas us de les aplicacions mòbils per optimitzar la gestió comercial del punt de venda?

Enumera les aplicacions mòbils que utilitzes en el teu comerç:

TEMPS DE PRÀCTICA

Quina necessitat cobreixes amb el teu producte o servei? Com milloren la vida de la clientela?

Quines de les següents aplicacions utilitzes en el teu comerç?

☐

geolocalització

☐

xatbots

☐

pagament

☐

enquestes

☐

codis QR

☐

imatge

Una vegada has respost, creus que fas ús de les aplicacions mòbils? Recorda que aquests petits programes informàtics et poden ajudar a millorar el vincle comercial amb la clientela.

TEMPS DE PRÀCTICA

5. Els codis QR com a aplicació per difondre el punt de venda.

En els darrers mesos, i fruit de la situació de pandèmia, els codis QR han pres rellevància com a mecanisme de relació amb les persones consumidores. Aquestes petites aplicacions permeten generar una millor experiència de relació entre la persona usuària i la nostra pròpia botiga ja que ofereixen múltiples possibilitats de generar punts de contacte, relació i sorpresa amb la clientela.

Fas ús dels codis QR com a mecanisme per vendre més?

Describeix les actuacions que portes a terme per promoure el comerç amb els codis QR:

TEMPS DE PRÀCTICA

Quina necessitat cobreixes amb el teu producte o servei? Com milloren la vida de la clientela?

Quines de les següents actuacions amb codis QR utilitzes en el punt de venda?

☐

promocions de productes.

☐

mostrar els perfils de xarxes socials.

☐

mostrar el lloc web del punt de venda.

☐

promoure enquestes de satisfacció entre la clientela.

☐

oferir el llistat de preus dels productes.

Si ja has respost les preguntes anteriors, no només sabràs quin grau de dinamisme utilitzes amb els codis QR, sinó també algunes de les possibilitats que t'ofereixen.

TEMPS DE PRÀCTICA

6. Ja apliques els continguts apresos?

I ja per acabar! En aquesta guia que tot just estàs finalitzant t'hem intentat oferir tot un seguit d'eines tecnològiques que tenen com a objectiu la millora en la relació comercial amb la clientela. En el comerç d'avui en dia, les persones, cada vegada més, volen fer ús d'aquestes noves eines com a mecanismes de compra, i fer més fàcil, lúdica i amena la compra. Esperem que t'hagin sigut d'ajut i interès. Abans de concloure, però, encara et demanem que en facis les teves pròpies conclusions.

Quines de les següents eines ja sols utilitzar per vendre i comunicar el punt de venda?

☐

whatsApp

☐

geolocalització

☐

whatsApp Business

☐

newsletters

☐

instagram

☐

aplicacions de pagament

☐

facebook

☐

videoconferències

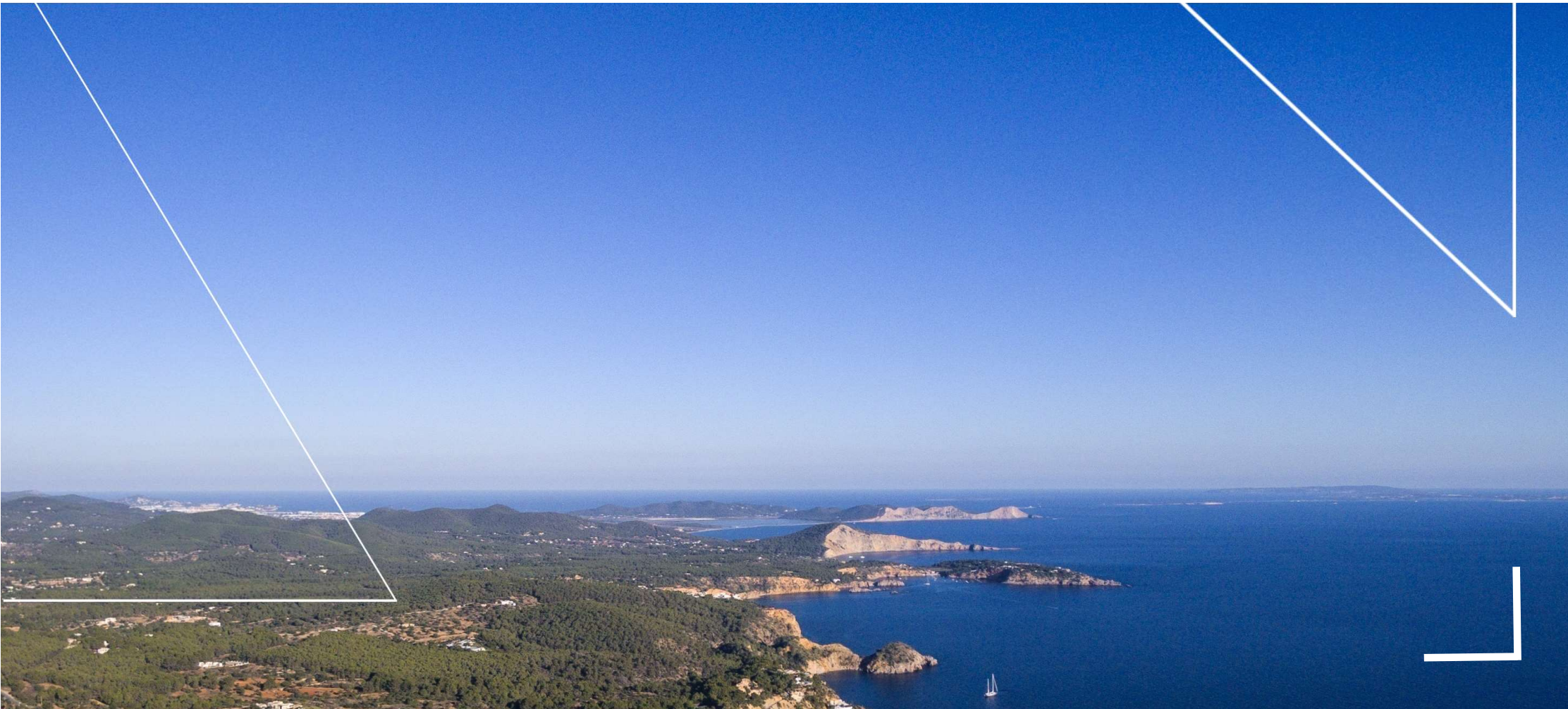
☐

web pròpia

☐

mercats webs

I amb aquest darrer exercici donem per finalitzada aquesta part més pràctica. Confiem que hagi sigut del teu interès i que t'hagi ajudat a entendre com pots fer ús de les eines digitals en el comerç!



Ajuntament de
Sant Josep
de sa Talaia



AGÈNCIA DE
DESENVOLUPAMENT LOCAL
SANT JOSEP DE SA TALAIA



COMERÇ DE
SANT JOSEP
DE SA TALAIA