

GUIA PER A L'ENFORTIMENT DIGITAL DELS COMERÇOS DE SANT FELIU DE GUÍXOLS





Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa de
l'Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols

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: setembre de 2020

Benvinguda

Pàg. 4

Missatge de benvinguda.



Presentació

Pàg. 7

El valor del comerç de proximitat.

Què és la digitalització i què significa per al meu comerç?

Com és i què busca la nova clientela digital?



Eines per a la digitalització del comerç

La missatgeria instantània.

La venda telefònica.

Les xarxes socials.

Les videoconferències.

Les botigues online.

Els webs.

Les aplicacions mòbils per al comerç.



Pàg. 11

Consideracions finals

Pàg. 47

Conclusions i reptes.

Glossari de termes.



Passa a l'acció i transforma el teu negoci

Pàg. 51

Primers passos per a la transformació digital.

Baròmetre de la transformació digital.





BENVINGUDA

GUIA PER A L'ENFORTIMENT DIGITAL DELS
COMERÇOS DE SANT FELIU DE GUÍXOLS



BENVINGUDA

Missatge de benvinguda

Com tots sabem els darrers mesos a causa de la pandèmia del covid-19, el petit comerç ha viscut moments complicats i s'ha vist obligat a fer un esforç d'adaptació a les noves circumstàncies per tal de donar un bon servei a la seva clientela i millorar les seves vendes. Un dels canvis més importants que ha hagut d'introduir el món del comerç ha estat la introducció de les noves tecnologies, fins ara poc conegudes en el nostre sector. Fer comandes per xarxes socials, o fins i tot per telèfon, per llavors realitzar una entrega a domicili, ha estat, en aquests últims temps una situació més que habitual. Situats a la nova normalitat, des de la Regidoria de Desenvolupament econòmic local creiem que la nostra activitat econòmica urbana, i en concret del comerç, dels serveis i del turisme, ha de continuar i potenciar aquestes propostes modernes i innovadores tot just iniciades. Per aquest motiu, us volem oferir una guia pràctica per al comerç de proximitat, per tal d'ajudar a digitalitzar el petit comerç amb aplicacions per mòbils, missatgeria instantània, venda online, webs pròpies, xarxes socials...

Som conscients que, tot i que tenim un camí llarg per recórrer, si treballem conjuntament, podrem aconseguir bons resultats en relació a l'adaptació del petit comerç a les noves tecnologies que ens permetran adaptar-nos als canvis inherents del moment.



Sònia Bartumeu Titos

Regidora de l'Àrea de Desenvolupament econòmic local

BENVINGUDA

Sobre aquesta guia

La “**Guia per l'enfortiment digital del comerços de Sant Feliu de Guíxols**” constitueix una eina de formació dirigida al comerç de proximitat de la població.

Es tracta d'una guia de fàcil lectura, dirigida a aquells negocis que es vulguin introduir en l'ús de tecnologia orientada a millorar la gestió dels comerços i negocis.

La guia també proposa petits exemples que pretenen que visualitzis de manera clara com pots aplicar aquestes eines en el teu dia a dia.

Així mateix, la guia incorpora vídeos i *podcasts* i que tracten sobre l'ús de la tecnologia digital en els comerços que et facilitaran l'aprenentatge sobre com aplicar les eines digitals en la gestió del teu negoci.

Al final de la guia trobaràs un enllaç amb un **breu formulari** per conèixer quin és el grau de digitalització del teu negoci i del comerç de Sant Feliu de Guíxols. Entra-hi, respon el formulari, i indica'ns les teves inquietuds.

Aquesta guia pretén ser una eina formativa, pràctica i dinàmica que vol ajudar-te a millorar la teva visibilitat i presència en els entorns digitals.

No deixis de veure alguns dels vídeos i podcasts que hem preparat.
T'ajudaran a entendre millor el missatge que et volem fer arribar!





PRESENTACIÓ

GUIA PER A L'ENFORTIMENT DIGITAL DELS
COMERÇOS DE SANT FELIU DE GUÍXOLS

PRESENTACIÓ

El valor del comerç de proximitat

El comerç és un dels sectors més importants en la dinamització econòmica de qualsevol municipi. A Sant Feliu de Guíxols no n'és una excepció, doncs el comerç ha estat, és i serà un referent en les dinàmiques de creixement econòmic de la seva activitat urbana.

I és que el valor de la proximitat del teixit comercial envers la ciutadania ha estat un dels factors que han contribuït a vertebrar ciutats, crear ocupació i generar riquesa.

Amb la recent crisi sanitària i les conseqüències socials i econòmiques que hem estat vivint, aquest model de proximitat s'ha vist afectat de manera molt significativa. Com a tal, es fa evident que, en un futur proper, caldrà treballar en la recuperació de la confiança i la transmissió de seguretat amb la clientela a través de nous plantejaments que suposin una actualització i un impuls de la competitivitat que garanteixi la continuïtat del comerç local de Sant Feliu.

Quins són els reptes de futur del comerç de proximitat?

- | **Personalització.** La personalització en la comunicació de l'oferta comercial de productes i serveis serà un dels pilars essencials en el futur comercial de molts comerços.
- | **Confiança.** L'ús de la tecnologia com a mecanismes que facilitin la compra de les persones resultaran aspectes essencials per millorar la confiança amb les persones consumidores.
- | **Facilitat i seguretat en la compra.** Les persones, cada vegada més, busquen mecanisme per tal que la seva compra sigui no només fàcil, sinó també segura.
- | **Adaptabilitat.** Els comerços hauran de fer front a noves maneres de convivència i de compra. Aquest fet requerirà l'ús de les eines digitals que la tecnologia posa al nostre abast per tal d'adaptar-nos a una nova manera de consumir.

PRESENTACIÓ

Què és la digitalització i què significa per a un comerç?

La digitalització l'hem d'entendre com un procés a partir del qual els comerços adopten un conjunt d'eines i mecanismes que les permetin 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 ens han de permetre una millor adaptació als nous hàbits de compra de les persones.

L'ús de les noves tecnologies 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 seu futur amb majors garanties d'èxit.**



La digitalització de qualsevol comerç no passa només per la inclusió de noves tecnologies, si no que va més enllà.

És necessari un canvi en la manera d'entendre la relació amb els consumidors, ja que estem davant un canvi global de la **manera de consumir** i de la **manera en la que es relacionaran amb les persones**.

PRESENTACIÓ

Com és i què busca la nova clientela digital?

Les noves tecnologies i la transformació digital de la societat han contribuït a generar molts canvis en la conducta de la ciutadania. Així, el teixit econòmic ha vist com els hàbits de consum de les persones evolucionen constantment i això modifica la forma en la que les persones consumidores decideixen què compren, quan ho compren i de quina manera ho compren. A mode de resum, tot seguit t'indiquem els aspectes que millor defineixen com actua la clientela digital:

Interactuen. La comunicació digital implica una nova forma de relació de les persones consumidores que, contínuament, volen relacionar-se amb les marques.

Híper connectats. La persona consumidora està connectada, permanentment, a diversos dispositius, de manera que pot comprar qualsevol producte, en mobilitat i a temps real.

Moments únics. Les persones consumidores opten cada vegada més per viure experiències enriquidores i memorables que aportin un valor afegit al procés de compra.

Proactius. Creen i comparteixen informació, idees, opinions i continguts amb el seu entorn. Aquesta informació pot ser tant positiva com negativa.

Immediatesa. Busquen satisfer les seves necessitats de consum de forma immediata i que el producte els arribi de la manera més ràpida possible.

Menor fidelitat. Baixa tolerància als errors i sensibles a la qualitat del servei, fet que facilita la idea de buscar, provar i comparar productes i serveis de manera continuada.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ
DEL COMERÇ

GUIA PER A L'ENFORTIMENT DIGITAL DELS
COMERÇOS DE SANT FELIU DE GUÍXOLS

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 cop més s'haurà d'incorporar la tecnologia tant en els punts de venda com en el seu relat i la seva manera de fer.

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

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

- 1 La missatgeria instantània
- 2 La venda telefònica
- 3 Les xarxes socials
- 4 Les videoconferències
- 5 Les webs
- 6 Les botigues online
- 7 Les Aplicacions mòbils

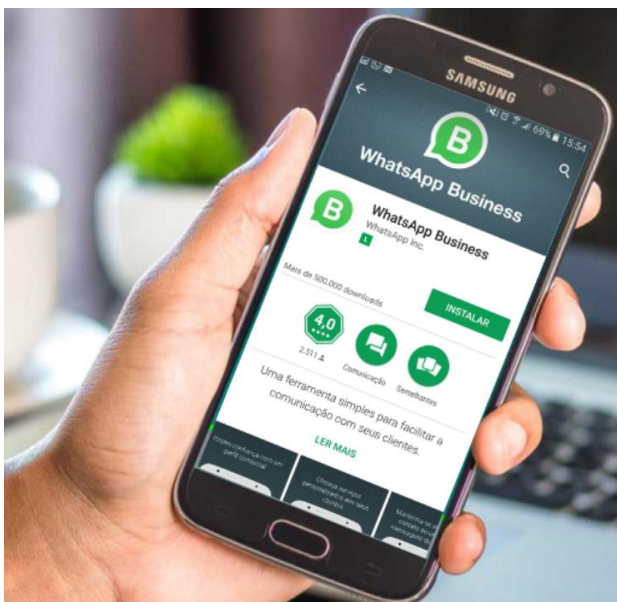


EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

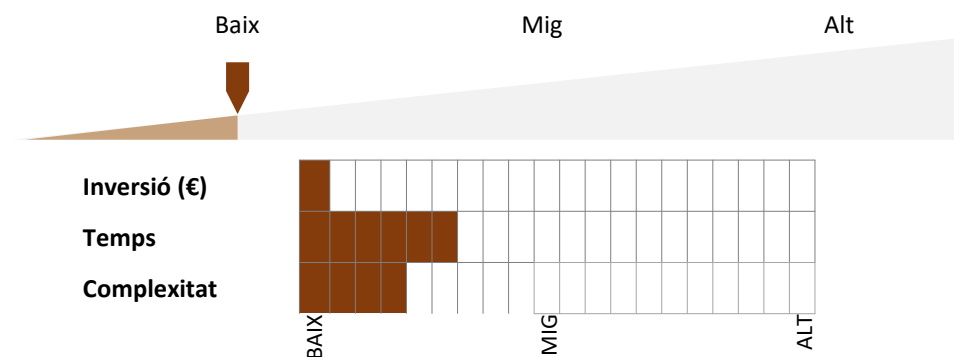
La missatgeria instantània

Les aplicacions de missatgeria instantània com Whatsapp o Telegram permeten intercanviar informació a 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 per a que les introdueixis en la teva manera de treballar?



Quin esforç t'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 massa dificultats tècniques, la qual cosa facilita molt el seu ús entre comerços.
- La dificultat tècnica és baixa.** La major part d'opcions que ofereix no presenten massa dificultat. És, per tant, un instrument de mínima dificultat tècnica.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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.

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



Et donem algunes idees...

Forn de pa: un forn de pa pot fer un llistat de contactes de la seva clientela. A partir del llistat poden comunicar l'arribada de nous tipus de pa (integral, de pipes...), ofertes, o imatges en format catàleg. La imatge visual ajudarà a captar l'atenció al missatge.

Perruqueria canina: de cara a la dinamització del sistema de reserves, la clientela pot fer preguntes a través de WhatsApp. A part de demanar hora per a diferents serveis, aquest sistema de missatgeria és una ampliació per a negocis que ofereix la possibilitat de tenir respostes automàtiques.

Joieria: es pot utilitzar aquest servei per donar a conèixer noves col·leccions o promocions així com enviar el catàleg i imatges dels millors productes. Així, els clients tindran accés al catàleg en qualsevol moment fet que els facilitarà conèixer que s'ofereix, en tot moment, en l'establiment.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

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

Sabies que...

- | És possible vincular el teu telèfon fixe al WhatsApp Business i mantenir el teu número de telèfon mòbil per al WhatsApp *normal*.
- | També et permetrà crear un perfil de negoci en el que podràs indicar informació relativa a l'adreça, el correu electrònic...
- | També et permetrà disposar d'estadístiques d'ús de la teva clientela.

Pren nota de...

- | Si et vols comunicar amb la clientela a través de WhatsApp **és recomanable que, per privacitat, sigui primer la persona interessada el que et 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 la teva agenda professional pots utilitzar paraules clau quan desis els contactes. T'ajudarà a personalitzar més i millor.



En aquest vídeo t'expliquem com treure millor rendiment de la missatgeria online en el teu negoci. Ho fem mitjançant l'explicació d'una eina de missatgeria, en concret: **el WhatsApp Business**.

Els ítems que abordem són:

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

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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

Exemple pràctic. Com portar a terme una campanya de Whatsapp Business.



Una botiga de queviures de Sant Feliu de Guíxols vol ampliar els seus serveis comercials, per tal d'oferir un servei més adaptat al dia d'avui. En concret, es planteja obrir un canal de comunicació molt més personalitzat que l'ajudi a captar nous grups de consumidors.



Quines accions pot realitzar?

1

Atenció a la clientela molt més personalitzada: et permet la possibilitat de resoldre qualsevol dubte, informar de l'horari o noves promocions, així com mantenir a la potencial clientela contínuament informada.

2

Visibilitat les 24 hores: mitjançant una llista de difusió pots donar a conèixer un catàleg de productes per tal que els consumidors puguin obrir-lo a qualsevol hora del dia.

3

Agenda digital: aquesta eina t'ofereix un servei més personalitzat per tal que la clientela no s'hagi de desplaçar al punt de venda, i pugui reservar hora. Aquestes reserves es poden gravar a l'agenda o en un calendari.



Quins beneficis et pot suposar?



Personalitza el servei: amb aquesta nova iniciativa, l'establiment millorarà el servei cap a la seva clientela.



Incrementa les vendes: l'ús de WhatsApp pot ajudar a que la teva botiga de queviures incrementi les vendes a través de nova clientela que fins ara no comprava a l'establiment.



Fidelitza la clientela: amb la introducció d'aquest servei, el comerç podrà mantenir el contacte amb la clientela sense que aquesta hagi de desplaçar-se a la botiga.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA VENDA TELEFÒNICA

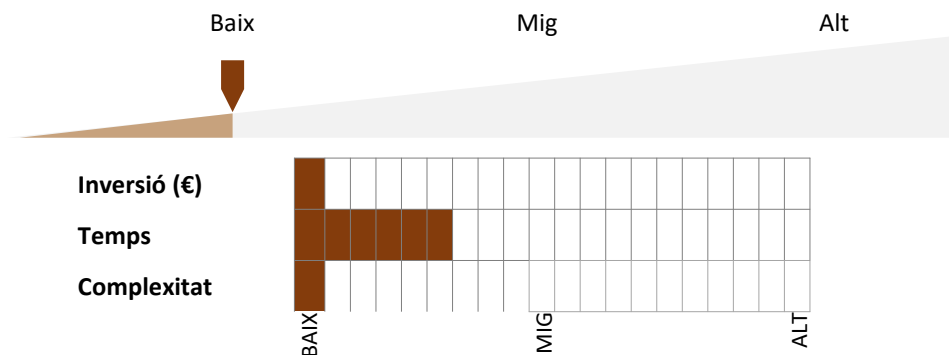
La venda telefònica

La venda telefònica és l'eina per mitjà de la qual utilitzem el telèfon fix o dispositiu mòbil, ja sigui per **vendre o per mantenir una relació més directa** amb cada persona consumidora.

Quan vulguem fer ús del telèfon per a la venda, un bon **guió i un to amable** seran elements indispensables per poder vendre més i millor.



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** La venda telefònica en un comerç és una de les eines de venda amb una inversió més baixa. Els costos econòmics són els derivats del consum telefònic mensual.
- | **El temps de dedicació és mitjà-baix.** Tot i no requerir, aparentment, massa temps, una trucada telefònica requereix un guió de venda que ens permeti portar a bon port el nostre objectiu.
- | **La dificultat tècnica és baixa.** Pràcticament tothom disposa d'un telèfon fix o dispositiu mòbil, de manera que el seu ús és molt àgil.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA VENDA TELEFÒNICA

Com et pot ajudar a vendre la venda telefònica?

La venda telefònica et permetrà facilitar el contacte més directe amb la teva clientela. A més:

Et permet rebre comandes i impulsar la venda.

T'ofereix la possibilitat d'incentivar, tramitar i rebre les comandes que fa la nostra clientela.

Oferint serveis i generant valor a la clientela.

Et permetrà donar a conèixer nous serveis que podem oferir a la nostra botiga, com és el cas de l'entrega a domicili, l'existència de nous productes,...

Pots resoldre dubtes i reforçar l'acció de fidelització.

El fet que es tracti d'una eina utilitzada per la persona consumidora ens permet promoure una major confiança i un tancament de comandes més eficient.



Et donem algunes idees...

Pastisseria: pot utilitzar la venda telefònica com a mecanisme per facilitar la compra de la seva clientela. Ofereix l'opció de trucar per realitzar encàrrecs més personalitzats (un pastís d'aniversari amb el nom,...). En la trucada es poden suggerir productes o serveis complementaris.

Taller mecànic: una persona que vol arreglar el seu cotxe, podria contactar amb el taller per conèixer el preu, característiques i avantatges d'una reparació. Caldrà tenir el discurs ben preparat i aportar una proposta de valor diferent de la resta de negocis de les mateixes característiques.

Estètica: un establiment d'aquestes característiques pot habilitar un servei d'atenció telefònica per realitzar consultes referents a aspectes de millora dels seus serveis. Així mateix, pot esdevenir un punt de servei personalitzat enfocat a resoldre dubtes a la clientela.



>> Per tal de facilitar la compra, pot oferir la possibilitat de pagament amb aplicacions com Bizum o Verse.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA VENDA TELEFÒNICA

De la venda telefònica t'interessa saber...

Sabies que...

- | La venda telefònica ens permet **millorar la relació i el vincle amb la nostra clientela**.
- | A més, és un fantàstic **canal de suport a la compra habitual** i un mecanisme per facilitar la compra a les persones.
- | Hi ha moltes persones que **quan no poden anar al punt de venda prioritzen el canal telefònic**. En alguns casos i segons els seus hàbits, aquest canal encara és dels més utilitzats.
- | La venda telefònica pot ser molt efectiva si **utilitzem un to amable** al llarg de tota la trucada.

Pren nota de...

- | Hem de saber **a qui truquem i qui és la persona amb qui volem parlar**. En el cas d'un comerç, és important que puguem parlar amb la persona interessada.
- | Això si, és important que **complim la legislació vigent** i que sempre tinguem el permís de la clientela.
- | És recomanable **no fer venda freda amb persones que no coneixem**. No sol funcionar.
- | El telèfon des del qual truques ha de ser **identificable** ja que, en cas contrari, genera dubtes entre les persones receptores.



Tingues present que...

- | Hi ha persones que són reticents a fer servir eines digitals: prefereixen utilitzar el telèfon quan, per les circumstàncies que siguin, no es poden desplaçar al punt de venda.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LA VENDA TELEFÒNICA

Exemple pràctic. Com incentivar la venda telefònica?



Una carnisseria ubicada a Sant Feliu de Guíxols vol impulsar un sistema de venda telefònica per tal que la seva clientela pugui fer les comandes a través del telèfon i/o de qualsevol altre sistema de missatgeria instantània. Amb aquesta acció pretén aproximar-se a la seva clientela més habitual així com captar-ne de nova.



Quines accions pot realitzar?

1

Personalització: la venda telefònica t'ofereix l'oportunitat de preparar-te prèviament un discurs adaptat a cada client per informar d'ofertes o novetats en les preferències d'aquella potencial clientela.

2

Venda personalitzada: aquesta eina et permet oferir als clients un canal en el qual poden trucar quan la botiga està oberta per dubtes, encàrrecs o recomanacions.

3

Adaptabilitat: la venda telefònica et permet trucar a la potencial clientela per qualsevol canvi d'horari i que no es trobin el comerç tancat, traspàs de botiga o fins i tot si canvies el teu servei principal.



Quins beneficis li pot aportar?



Facilita la compra de la seva clientela: amb la introducció d'aquest servei, les persones veuen com els és molt més fàcil comprar carn.



Incrementa el tiquet mitjà de compra: amb aquesta actuació, l'establiment podrà veure incrementat la venda de determinats productes que es trobin en promoció.



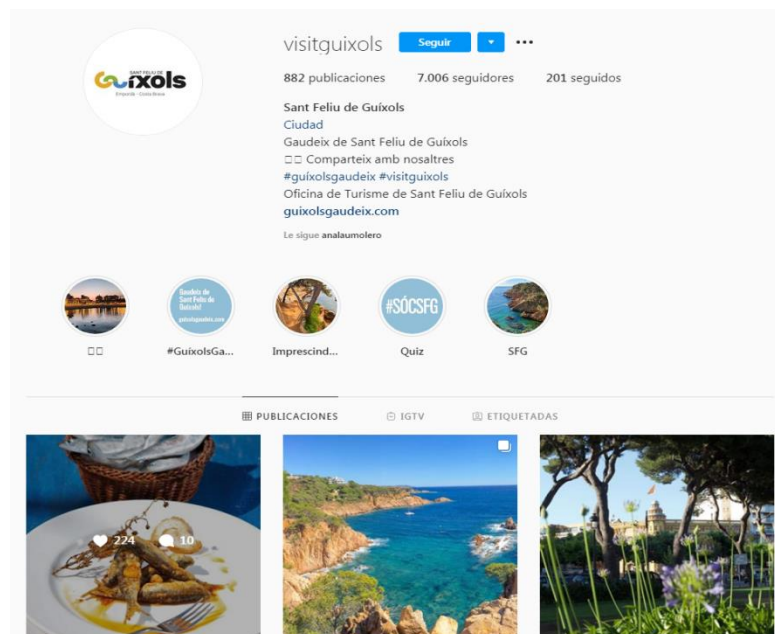
Genera confiança: un bon ús de la venda telefònica facilitarà la relació amb la clientela així com una millora en les vendes.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES XARXES SOCIALS

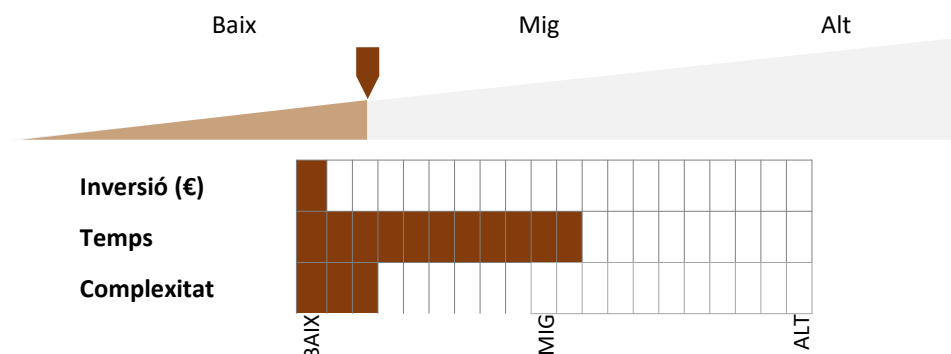
Les xarxes socials

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 t'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.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES XARXES SOCIALS

Com et 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 la teva àrea d'influència.

Promoure la comunicació a 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...

Perruqueria: realitzar publicacions de l'abans i el després de la clientela pot ser una eina molt potent per arribar a noves persones consumidores. A part pots informar de promocions, col·laboracions, concursos o nous tractaments que de ben segur farà que la teva marca arribi a més gent.

Bacallaneria: les xarxes socials s'han convertit en un boca-orella extraordinari. Interactuar amb la teva comunitat informant-los de nous productes, idees o recomanacions... Si aprofiteu i pengeu fotos de testimonis o fetes a la botiga dels plats, farà que l'establiment es posicioni de manera diferent a la resta.

Roba d'esport: pot aprofitar la visibilitat de les xarxes socials per compartir contingut (respecte) el teixit de la roba, el procés que ha seguit aquella peça. Crear continguts audiovisuals i fer participar la teva comunitat de seguidors pot contribuir a augmentar la notorietat de marca i les vendes.



>> La creació de concursos, enquestes i *challenge's* t'ajudaran a interactuar amb els teus seguidors augmentant la seva confiança cap als teus productes.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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, estàs transmetent 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 t'expliquem com aprofitar algunes de les xarxes socials per promoure les vendes d'un establiment comercial.

Els ítems que abordem 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.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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 Marketplace	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 realitzin pagaments.	Accedeix a https://www.facebook.com/marketplace 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 existeix la possibilitat de fer publicitat d'aquesta publicació. La plataforma no preveu cap mecanisme de venda. Beneficis de Facebook Ad's 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 Ad's, 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, encontrar nous clients potencials i generar vendes del catàleg.	Aquesta eina està pensada perquè siguin els particulars els qui venguin productes i no pas els comerços. Tingues present que si hi vols entrar, ho has de fer com a particular i no pas com a negoci.
 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 a la 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.  Beneficis de Facebook Ad's - 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, optar per aquesta opció et permetrà interactuar i contactar, amb persones usuàries i públics similars. - Pots establir un pressupost màxim d'inversió (diari, setmanal o mensual).	El repte de mantenir en el temps un perfil publicant continguts diversos i equilibrant els continguts comercials i els que ajuden a construir la teva marca i els valors pels quals la teva clientela et tria i continua repetint.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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 <i>directes</i> 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 cal superar els 10.000 seguidors. Instagram Shopping Permet incloure enllaços de compra als productes que apareixen a les teves publicacions. Aquests enllaços derivaran a l'usuari a la teva botiga online. Instagram Ad's En aquest cas, la publicitat de pagament d'Instagram funciona de la mateixa manera que en el cas de Facebook Ad's, 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?

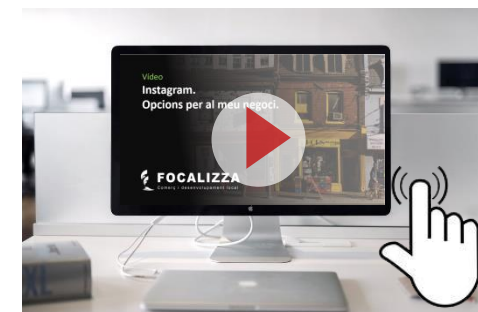
Els *hashtags* són paraules o grups de paraules rellevants que van precedides d'un “#” i que s'utilitzen a les xarxes socials per classificar continguts (#guixolsgaudeix, #visitguixols).

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.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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?
 LinkedIn	LinkedIn és una xarxa social professional i que esdevé un veritable canal d'informació i relació professional en funció dels teus interessos (notícies especialitzades, estudis, noves tendències ...). Pots promocionar-te, crear una agenda de contactes o possibles futurs clients i anar actualitzant-la, intercanviar opinions i participar en debats. També et pot ajudar a enfortir la teva reputació i el teu valor de marca.	Accedeix a https://www.linkedin.com/. En el moment en que et demana registrar-te tens dues opcions. Crear un compte personal i a través del personal obres el compte de l'establiment o directament crees un compte del establiment on pots enllaçar la web i informar de la resta de xarxes socials de les que disposes.	El compte bàsic es d'ús gratuït. Pots publicar articles o enllaços sense cap cost. Crear grups i debats de temes d'interès, inclús promocionar esdeveniments del teu propi negoci. Els inconvenients que hi ha és que no pots enviar Inmails (missatges privats), tampoc pots veure el total de persones que han visitat el teu perfil, i només pots veure les últimes cinc persones. A part del pack bàsic hi han plans de subscripció Premium on si que has de pagar. Les diferents modalitats son: Premium Career (pensada per a les persones que busquen feina). Premium Business (destinada per a enfortir i ampliar la teva xarxa o la del teu negoci de manera professional). Sales Navigator (per a trobar nínxols, oportunitats de vendes o clients, i forjar relacions de confiança amb ells). Recruiter Lite (enfocada a trobar candidats qualificats per al teu negoci).

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES XARXES SOCIALS

Exemple pràctic. Com millorar les vendes a través de les xarxes socials?



Un restaurant de Sant Feliu de Guíxols es planteja crear un perfil a Instagram. Els seus objectius són, per una banda, despertar l'interès de la possible clientela no només per imatges del menjar sinó aportant un valor afegit informant-los de nous esdeveniments, d'artistes que acudeixen a la sala... i per l'altra banda fent promocions per a la potencial clientela.



Quines accions pot realitzar?

1

Relació més propera: interactuar amb clients i possibles futurs clients a través de respostes a comentaris, intercanviar likes o mantenint una conversa pel xat directe sobre la venda d'algun producte del teu comerç.

2

Atraure clients: les xarxes socials et permeten la publicació i difusió d'imatges o vídeos. Amb aquest contingut visual per presentar productes nous, penjar imatges de testimonis que t'hagin enviat els teus clients, inclús explicar en un vídeo l'història del teu comerç.

3

Informar: aquesta eina t'ofereix tenir un apartat amb l'horari del teu comerç, la ubicació i un telèfon o correu de contacte. Aquestes dades sempre surten a dalt del perfil de la xarxa social. A part d'informar quan hi hagin ofertes o promocions.



Quins beneficis li pot aportar?



Comunicació més directa i estreta: amb aquesta estratègia posarà a disposició de la clientela un canal de comunicació més directe i personalitzat.



Difusió de l'oferta comercial: amb la creació de la pàgina de negocis, disposarà d'un nou canal de difusió per a nous productes.



Nou canal d'informació a la clientela: la xarxa social li permetrà poder relacionar-se, de manera constant, amb persones consumidores que publiquin imatges dels productes consumits.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES VIDEOCONFERÈNCIES

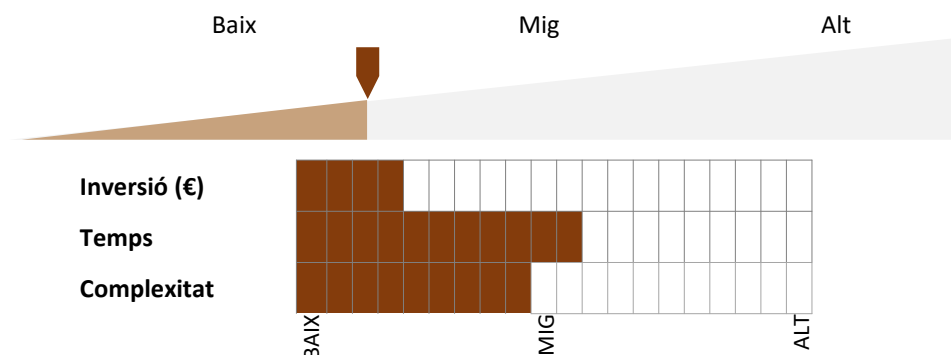
Les videoconferències

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 del món.

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 teus productes**.



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** Majoritàriament, les plataformes de videoconferència són gratuïtes, tot i així 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 el seu ús correcte requereixen una certa pràctica en el funcionament de la plataforma.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES VIDEOCONFERÈNCIES

Com et pot ajudar a vendre una videoconferència?

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

Mostra productes i generar nous vincles.

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

Celebrar esdeveniments i generar confiança.

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

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...

Roba per a la llar: bona

oportunitat de mostrar detalladament cada detall del catàleg i explicar el material de cada catifa, manta... Es poden anunciar a les xarxes socials i un cop realitzades, reproduir-les al punt de venda.

Floristeria: pot realitzar

videoconferències per mostrar noves espècies o plantes que no són tan conegudes. A part de crear esdeveniments per videoconferència de com podar, com elaborar un ram de flors o com sabem si una planta està malalta i com actuar.

Botiga de roba i complements:

bona oportunitat per donar un valor afegit o un privilegi als clients potencials avançant les peces de la nova temporada on a través de la videoconferència ja podran fer els seus encàrrecs. A part d'ensenyar combinacions *total look* de la marca.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES 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 tot tipus d'arxius** (documents, vídeos).
- | Les videoconferències et permetran **reduir costos de desplaçament i generar trobades** de manera fàcil i ràpida.
- | 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 els següents passos:

1. Escull la plataforma que més t'agradi.
2. Registra't i crea el teu compte.
3. Programa una reunió amb el nom de la sessió, la data i l'hora de la reunió.
4. Envia l'enllaç amb 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. Pots presentar productes, fer tallers i organitzar converses que t'ajudaran a que noves persones coneguin el teu negoci.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES VIDEOCONFERÈNCIES

Exemple pràctic. Com planificar una videoconferència?



Una botiga de pintures ubicada a Sant Feliu de Guíxols ha optat per fer-se més visible i arribar a més gent.

Volen mostrar els projectes que fan com per exemple la pintura de les parets d'una escala.

A part realitzaran demostracions de com barrejar pintures i deixar-les llestes per a començar a pintar.



Quines accions pot realitzar?

1

Activitats: les videoconferències et proporcionen crear un espai amb els clients on els mostris les coses que es poden arribar a fer amb els teus productes. Si és de menjar plats preparats, si és de roba com decorar aquella peça nova amb un toc de personalització...

2

Notorietat: aquesta eina de digitalització t'ofereix que els teus clients vegin en tot moment que estàs adaptat a les últimes innovacions i que el teu comerç és actiu i vol fer-se veure....

3

Novetats: pots crear un esdeveniment amb la potencial clientela on els presentis, en exclusiva, les novetats del mes.



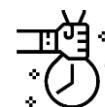
Quins beneficis li pot aportar?



Consolida la imatge de marca del comerç: els participants poden conèixer nous productes i emportar-se noves idees de decoració a casa seva.



Ens ajuda a mantenir-nos vius: permetrà que els assistents descobreixin noves tècniques que s'apliquen al negoci.



Genera idees de possibles compres: la videoconferència pot fer que les persones que hi assisteixin mostrin interès en els productes que ofereix la botiga.

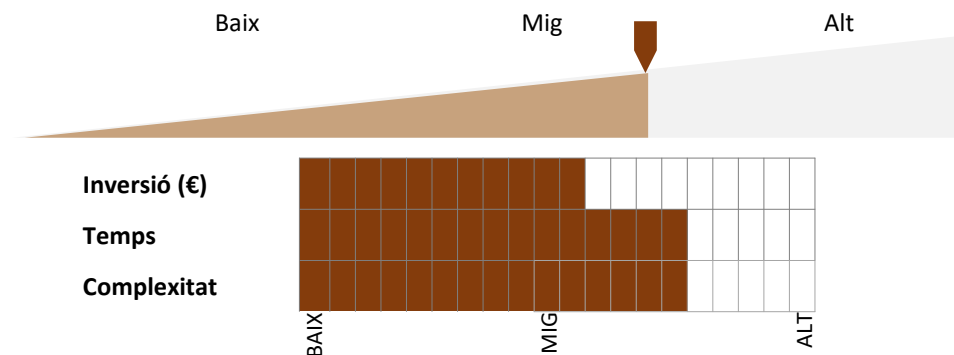
EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: ELS WEBS

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 aparador del nostre comerç i, al mateix temps, és una eina idònia per **informar, divulgar i donar a conèixer** tota aquella informació que volem difondre sobre el nostre punt de venda.



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- La inversió és mitjana.** Tot i que el rang de preus pot arribar a ser molt ampli i subjectiu, una pàgina web es pot contractar a partir d'uns 600 euros. Això sí, cal 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, una web que pretengui informar de la nostra proposta comercial no ha de presentar massa dificultats de dedicació.
- La dificultat tècnica és moderada.** Depèn molt de quin sigui l'ús que li vulguem atorgar al web (informació, creació de continguts,...) i la tecnologia emprada. Tot i això, la dificultat de gestió sempre s'acaba simplificant.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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 teu catàleg de productes i serveis actualitzat en tot moment.

Millorar la imatge del comerç i la seva solvència.

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



Et donem algunes idees...

Una clínica veterinària: disposar d'un espai web amb un catàleg dels teus serveis. Pots usar el web també com a blog per explicar com tenir cura dels animals o per explicar testimonis de clients adjuntant imatge. Aportaràs una major visibilitat al teu negoci.

Papereria: Pot optar per ensenyar tot el material que té (agendes, bolígrafs, arxivadors....). Pots descriure bé els productes i les característiques per així facilitar el procés de compra a les persones consumidores al punt de venda.

Envernissats/Pintura: Pots crear un lloc web amb un catàleg dels productes, colors i tipus de pintura que ofereixes. A la vegada quan selecciones un color podem adjuntar imatges i opinions de clients que hagin usat el mateix producte i hagin publicat els resultats obtinguts.

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



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: ELS WEBS

Dels espais web t'interessa saber...



Sabies que...

- Si disposes d'una web, quan qualsevol persona et busqui, sempre li **serà molt més fàcil trobar-te a Google**.
- Un web permet mostrar molta 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 tenen 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 a la pàgina 44 d'aquesta guia](#)).
- La seguretat a Internet** és molt important. Si disposes d'una web sempre necessitaràs un bon suport de seguretat.

Quins programes web puc utilitzar per fer una?

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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: ELS WEBS

Exemple pràctic. Com millorar les vendes a través d'un web?



Una agència de viatges de Sant Feliu de Guíxols ofereix diferents serveis en la seva web on pots consultar les promocions, els viatges més demanats, recomanacions, i fer la reserva al web. Per a l'any que ve s'ha marcat l'objectiu d'incrementar la seva visibilitat més enllà del seu entorn més proper.



Quines accions pot realitzar?

- 1 Catàleg digital:** els webs t'ofereixen tenir un catàleg on els clients puguin accedir-hi en qualsevol moment del dia. A part al ser digital podeu anar actualitzant-lo sempre que compteu amb producte nou o hi hagi moviment en els preus.
- 2 Compartir continguts:** per tal que el web transmeti la proposta de valor del comerç, haurà d'oferir continguts complementaris (blog, xarxes, suggeriments,...).
- 3 Servei clients:** aquesta eina et permet crear en el web un formulari de contacte on els clients exposin els seus dubtes o puguin tenir un seguiment de postvenda amb el comerç.



Quins beneficis li pot aportar?



Actualització de l'oferta: el nou web pot actuar com un catàleg digital que es pot actualitzar contínuament afegint els canvis que cregui més oportuns. A part es podrà anar actualitzant l'apartat d'ofertes quan calgui.



Credibilitat: la presència d'opinions i preguntes freqüents fets per part de la nostra clientela ajudarà a transmetre més confiança i seguretat en l'acte de compra.



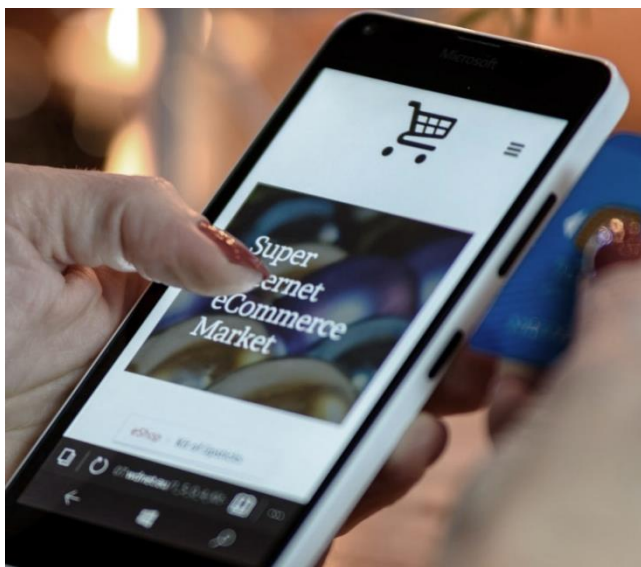
Flexibilitat: Es pot oferir un espai on es pugui determinar les característiques dels serveis contractats així com de les opcions de personalització dels viatges.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES BOTIGUES ONLINE

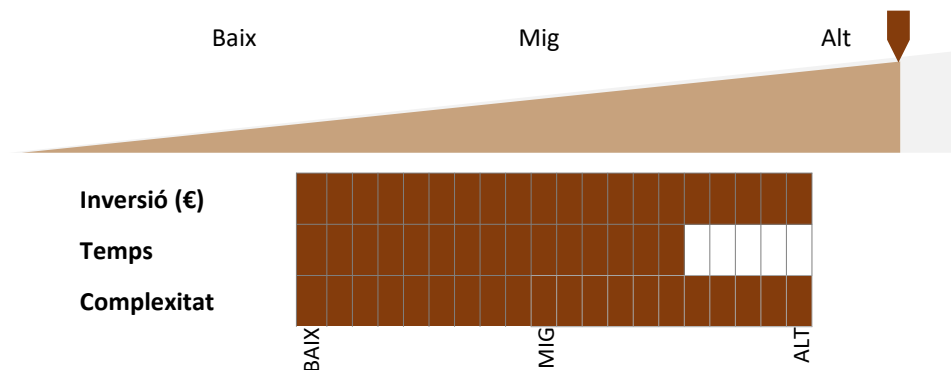
Les botigues online

Les botigues online són una forma de comerç electrònic, **també conegut com a e-commerce**, a partir del qual es poden vendre productes o serveis a través d'una pàgina web. Les botigues online 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 online propi**.



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- | **La inversió és alta.** Posar en marxa una botiga online implica una significativa inversió de recursos. Aquesta eina digital implica la construcció d'una pàgina 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 seva posada a punt.
- | **La dificultat tècnica és alta.** El conjunt d'elements que hi intervenen fa que sigui complex crear i mantenir una botiga online que ofereixi garanties de seguretat i viabilitat comercial.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES BOTIGUES ONLINE

Com et pot ajudar a vendre una botiga online pròpia?

Entre les principals virtuts de crear una botiga online pròpia, destaquen:

Automatitzar continguts i facilitar la compra.

Gràcies als processos automatitzats de les botigues online, la clientela pot escollir els productes que volen.

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 online no només no tenen horaris sinó que tenen la capacitat d'arribar a molta més clientela que no pas la d'una botiga física.



Et donem algunes idees...

Sabateria: una sabateria pot decidir ampliar la seva presència en canals digitals amb un punt de venda online. Així, amb les noves possibilitats de servei a domicili és més fàcil arribar a potencials persones consumidores. No cal que et desplacis fins al punt de venda et porten el producte a casa.

Una botiga de congelats: un punt de venda online és una bona eina on poder compartir els teus productes i ampliar, així, les seves opcions de venda. És una bona oportunitat per arribar a més gent, els clients poden llegir e informar-se de tot el procés del producte i decidir finalment que compren.

Botiga de joguines: una botiga de joguines pot obrir un comerç online per vendre els seus productes a noves zones geogràfiques i captar, així, nova clientela. A part de poder tenir un ventall de joguines més gran que en la botiga de carrer.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES BOTIGUES ONLINE

De les botigues online t'interessa saber...



Sabies que...

- | Les botigues online 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 online t'ajudaran a entendre millor com és la clientela que et compra.** Aquest fet et permetrà refer el teu missatge comercial, quan sigui necessari.
- | Una botiga **online et permetrà ser més eficient i millorar la teva presència digital.**

Tingues present...

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

Pren nota de...

- | De la mateixa que en la botiga física cal invertir un cert temps **en la planificació dels detalls, en les botigues online és necessari treballar en aspectes com:** nom del domini, servidor, eines tecnològiques, sistema de distribució, disseny gràfic i de l'experiència d'usuària, campanyes de publicitat o l'estratègia de presència a xarxes socials, entre d'altres.
- | Les botigues online pròpies **requereixen un cost de desenvolupament, manteniment** i dedicació alt per part 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.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES BOTIGUES ONLINE

Els marketplace. Una alternativa a les botigues online pròpies.



Principals beneficis del marketplace

- | **Capacitat d'atracció.** Els grans Marketplace són plataformes amb una gran capacitat d'atracció i de generació de visibilitat.
- | **Solucions logístiques.** Els Marketplace 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.** El seu avantatge competitiu rau en la varietat d'oferta que s'hi pot trobar. A diferència de les botigues online pròpies, un Marketplace aliè requereix coneixements tècnics més senzills.



Principals inconvenients del marketplace

- | Cal que tinguis en compte de quina manera les **condicions i els termes del contracte** amb un Marketplace poden condicionar la gestió òptima del teu 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 compra els teus productes.

Tingues present...

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

- | Decideix què vols vendre.
- | Selecciona la tarifa que més et convingui.
- | Registra el teu comerç a la plataforma.
- | Comença a publicar productes a la plataforma (descripció dels productes, les imatges d'aquests productes, etc.).



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES BOTIGUES ONLINE

Exemple pràctic. Com planificar una botiga online?



Una botiga de roba interior disposa d'un espai web per a promocionar els seus productes, però vol disposar d'una botiga online per poder ampliar la seva venda a altres entorns geogràfics. Amb l'ajuda de les xarxes socials vol impulsar una botiga online per intentar arribar a molts més clients.



Quines accions pot realitzar?

1

Servei a domicili: adaptar-nos al client és un punt fort a l'hora de vendre. La botiga online et permet oferir un servei a domicili sense la necessitat que el client passi pel punt de venda físic. Podem arribar a un segment de gent més ampli cobrint aquesta necessitat.

2

Servei 24 hores: les botigues online proporcionen als clients comoditat. Aquests poden realitzar la seva compra en qualsevol moment del dia inclús quan la botiga presencial està tancada. Poden pagar a la mateixa botiga online amb la tarjeta de crèdit o PayPal.

3

Captar clientela: una botiga online ens permet ampliar l'àrea d'influència i captar compradors d'altres entorns geogràfics sense que hagin de desplaçar-se al punt de venda.



Quins beneficis li pot aportar?



Facilita la fidelització de grups de clientela: amb la botiga online podrem facilitar la compra a determinats grups de persones que no poden assistir de manera física.



Facilita la tramitació de comandes i el seu pagament: contribuirà, per tant, a agilitzar els processos de venda i a millorar la organització del negoci.



Ampliació de la clientela: la plataforma permetrà captar un col·lectiu de persones consumidores a les quals fins ara era impossible accedir per falta de visibilitat.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES APLICACIONS MÒBILS

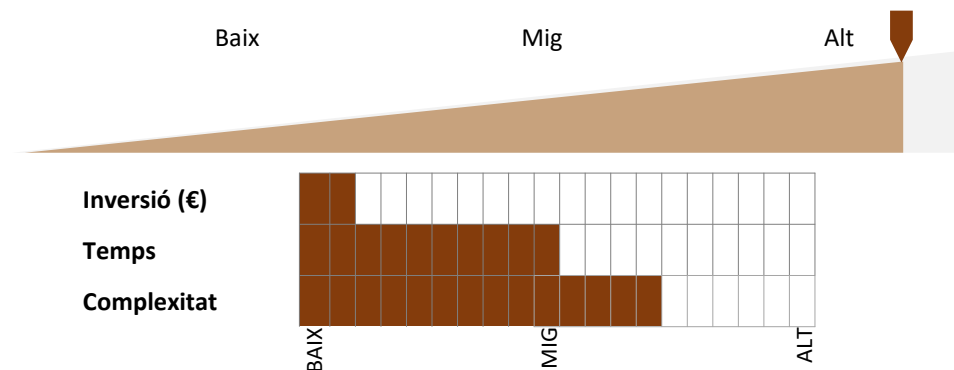
Aplicacions mòbils per al comerç

Una aplicació mòbil, coneguda habitualment com a 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 en les que un comerç pot utilitzar com a mecanisme de suport en la seva gestió.



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** En general les APP 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 cal 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.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: 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 teu comerç.

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

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

Agilitzar la compra de la clientela amb mesures que facilitin la gestió de la informació, el pagament...

Promoure una comunicació millor del nostre negoci amb les persones del teu entorn.

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

Millorant, 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 gamma àmplia, que et poden ajudar molt en el teu comerç. **Les vols conèixer?**

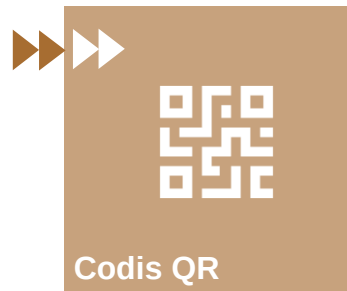
EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

	Què són?	Beneficis per al comerç	ESCOLTAL'S
 App de geolocalització	Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones ens pugui trobar de manera fàcil i àgil. És una eina que ofereix la possibilitat de transmetre un ampli ventall d'informació com els nostres horaris, l'adreça exacta, fotografies i les opinions de la nostra botiga o servei. Un dels aspectes més importants a tenir en compte.	L'instrument de geolocalització més conegut és Google My Business (gratuïta), on es carrega la informació de l'aplicació Google Maps. Has de saber, però, que els telèfons Apple (IOS) funcionen amb una aplicació diferent, Maps Connect. No podem oblidar les APP de reputació online especialitzades: Trip Advisor i El Tenedor que són dues de les millors referències per a establiments de restauració. De la mateixa manera plataformes de distribució com Glovo o Just Eat també treballen sota aquest context.	 Podcast 3,2,1... i acció. La Geolocalització FOCALIZZA Comerç i desenvolupament local
 App de pagament	En el context actual, marcat per l'agilitat i la facilitat de compra, hi ha aplicacions que poden ser de molta rellevància per a les persones consumidores i per al comerciant. Es tracta de les aplicacions que permeten fer el pagament mitjançant el telèfon mòbil tant per a comerços com entre particulars.	Bizum és una plataforma digital a través de la qual es poden realitzar pagaments de manera instantània entre persones. És una bona alternativa a les transferències bancàries i la major part d'entitats financeres l'accepten com a mitjà de pagament. Bizum és gratuïta. Tot i la popularitat de Bizum, n'existeixen d'altres. Entre les més conegudes segur que et sonarà PayPal o Verse.	 Podcast 3,2,1... i acció. Apps de pagament FOCALIZZA Comerç i desenvolupament local

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES APLICACIONS MÒBILS

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



Què són?

Un codi QR és una codi de barres que la clientela pot llegir a través de la càmera dels seus telèfons mòbils. En cas que disposis d'una web del teu comerç, els codis QR et permetran donar-li més visibilitat, de la mateixa manera que podràs aconseguir un major volum de vendes ja que es poden configurar cupons de descompte, propostes de venda creuada, etc.

Beneficis per al comerç

Els codis QR en el comerç tenen com a objectiu principal la interacció amb els consumidors. A partir de diferents codis QR repartits en diferents punts de l'establiment, una persona pot interactuar amb el comerç i accedir a informació comercial: informació específica, promocions... Els codis QR, per tant, poden incentivar l'experiència de compra de l'usuari.



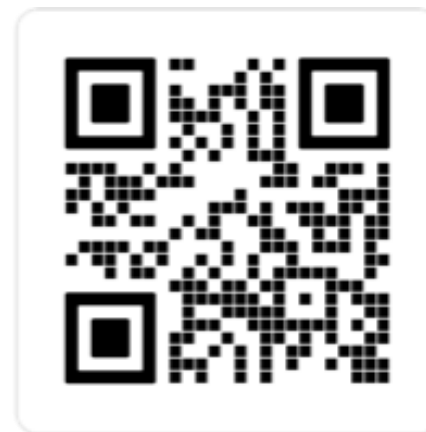
Escolta el podcast sobre les accions que pots fer amb un codi QR.

Fes la prova

Busca el lector de codis QR del teu dispositiu mòbil i escaneja aquest codi que et portarà a la pàgina web de l'Ajuntament de Sant Feliu de Guíxols.

En el cas que disposis amb un lector de codis QR et deixem uns quants enllaços per descarregar-te l'aplicació.

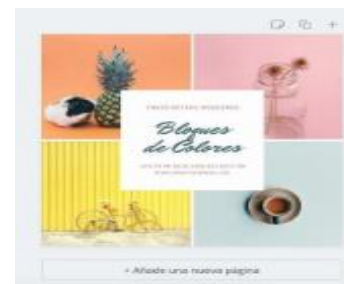
<https://play.google.com/store/apps/details?id=la.droid.qr>



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

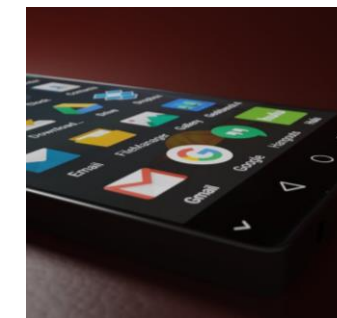
	Què són?	Beneficis per al comerç
 Xatbot	Un bot conversacional o xatbot és un programa que simula mantenir una conversa amb una persona humana. S'utilitzen a les pàgines web i habitualment, la conversa s'estableix a través d'un teclat, encara que també hi ha models que disposen d'una interfície d'usuari multimèdia. En trobem de dos tipus, els que tenen respostes automàtiques (un robot) i les que hi tenen una persona humana al 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.
 App de gestió de xarxes socials	Són plataformes que permeten analitzar, gestionar i mesurar l'èxit en la publicació dels teus continguts a les xarxes socials. Permeten controlar les actuacions que volem desenvolupar a les nostres xarxes socials. Es centren en agilitzar el procés de publicar continguts a les nostres xarxes socials i permeten cop que volem fer una publicació.	Metricool, Hootsuite o Buffer en són alguns exemples. Permeten monitorar el teu web o blog per saber com funciona el teu contingut a Google i a les xarxes socials. Permeten analitzar l'augment dels teus seguidors, veure quin tipus de publicacions estant tenint més èxit, quines hores són les més propícies per a realitzar les teves publicacions així com esbrinar l'origen de les persones que interactuen amb la teva marca.
 Disseny de continguts	En el món digital és molt important treballar en la generació de continguts de qualitat, tant pel que fa a nivell escrit, com a nivell visual. Així, existeixen diverses aplicacions de disseny molt senzilles d'utilitzar i a partir de les quals és fa més fàcil aconseguir dissenys professionals atractius i elegants.	Aquestes aplicacions com Canva (general) o Storie Chic o Planoly (específica per a Instagram) disposen de plantilles que pots utilitzar per dissenyar elements com logotips, targetes, cartells, horaris i calendaris i publicacions per a xarxes socials.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

	Què són?	Beneficis per al comerç
 Enquestes i formularis	Les enquestes i els formularis són una eina que ens pot ajudar a conèixer a la nostra clientela. Aspectes com la valoració dels productes, de la imatge del local o de la seva satisfacció amb el nostre servei és un informació molt valuosa que podem aprofitar per a millorar el nostre negoci.	Google Forms o Typeforms, són plataformes digitals a través de les quals pots dissenyar les teves enquestes i formularis. Després, les podràs fer arribar a la teva clientela a través d'un enllaç (que pots distribuir a través dels teus canals digitals) o utilitzant un codi QR (que pots penjar a l'establiment o incloure-ho als tickets o fulletons informatius).
 Dades al núvol	Són serveis d'emmagatzematge en xarxa de tota mena d'arxius: imatges i vídeos. Permeten accedir a la informació des de qualsevol lloc, des de qualsevol dispositiu així com poder compartir tota aquesta informació.	Dropbox, Google Drive i OneDrive són els sistemes d'emmagatzematge més coneguts i disposen d'una versió gratuïta. Un comerç les pot utilitzar per a emmagatzemar imatges de productes, catàlegs, llistats de productes així com compartir-los amb la clientela.
 App de productivitat	Són aplicacions que permeten organitzar les diferents tasques a desenvolupar en qualsevol projecte. Des de la gestió del personal del punt de venda fins a estructurar les tasques diàries. Aquest tipus d'aplicacions faciliten el treball en equip així com en l'organització de tasques que cal realitzar en el punt de venda.	Aplicacions com Trello, Slack o Mural són alguns exemples d'aquest tipus d'aplicacions que permeten gestionar el teu equip de manera més eficient ordenant les tasques i els objectius a assolir. Totes elles disposen de versions gratuïtes i de pagament. https://trello.com/es https://slack.com/intl/es-es/?eu_nc=1





CONSIDERACIONS FINALS

GUIA PER A L'ENFORTIMENT DIGITAL DELS
COMERÇOS DE SANT FELIU DE GUÍXOLS



CONSIDERACIONS FINALS

Conclusions i Reptes

Les principals reflexions finals d'aquesta guia es poden resumir en:

- | **Pèrdua de la por a la tecnologia.** La tecnologia formarà part de nosaltres i dels comerços.
- | **La tecnologia com a mecanisme de relació comercial.** La tecnologia esdevindrà un mecanisme molt important, no només a nivell de venda sinó també de relació amb la clientela.
- | **Relació directa amb les persones.** Caldrà estar molt més en contacte directe amb la clientela per disposar de comerços més competitius.
- | **Habilitats digitals.** Cada vegada serà més important la formació en habilitats digitals de les persones i els professionals de qualsevol sector que vulgui continuar sent competitiu.
- | **Omnicanalitat.** L'ús de la tecnologia com a complement de la venda de proximitat esdevindrà molt important per adaptar-se als nous hàbits de consum.



CONSIDERACIONS FINALS

Glossari de termes

Tot seguit t'indiquem alguns termes que complementen els conceptes apresos en aquesta guia. Es tracta de definicions que t'ajudaran a reflexionar sobre la importància d'introduir la tecnologia i les eines digitals en el teu comerç.

- | **Proposta de valor.** La proposta de valor són el conjunt de valors a partir dels quals nosaltres, com a comerciants, desenvolupem la nostra proposta de negoci. Aquests valors han de ser fàcilment recognoscibles per part de la nostra clientela i formaran part fonamental de la decisió de compra.
- | **Segmentació.** La segmentació del mercat la podem definir com el procés pel qual construïm grups de consumidors amb característiques homogènies entre si. La segmentació de mercats es pot fer per criteris d'edat o de gènere, demogràfics, geogràfics o per estils de vida. Cada segment de mercat al que dirigim la nostra oferta comercial requerirà eines i mitjans de comunicació diferents.
- | **Estratègia digital.** L'estratègia digital la podem definir com el conjunt d'eines de comunicació digital que fem servir en el nostre punt de venda de manera planificada i organitzada en el temps. L'estratègia digital pot ser més o menys intensa segons quina volem que sigui la nostra activitat comercial en els mitjans digitals.
- | **Experiència de la clientela.** Engloba totes aquelles interaccions que té una persona amb el nostre punt de venda a través dels diferents canals dels quals disposa: la publicitat, la reputació de la marca, el procés de compra, els preus, l'entrega, el servei postvenda,... És a partir de tots aquests punts d'interacció on les empreses han de desenvolupar la seva proposta de valor.

CONSIDERACIONS FINALS

- | **Experiència d'usuari/a.** L'experiència d'usuari/a és el procés que realitza una persona quan interactua amb un producte o servei a través del qual s'estableix una relació o un vincle entre el comerç i la seva clientela. Cal dissenyar una experiència d'usuari el més adaptada possible al nostre públic objectiu per tal de satisfer les seves necessitats.
- | **Reputació online.** La reputació online la podem definir com el conjunt de comentaris positius, negatius o neutres que les persones consumidores fan del nostre comerç. És important fer un seguiment del que la clientela diu del nostre negoci a efectes de poder millorar la nostra gestió comercial del dia a dia.
- | **Màrqueting de continguts.** És una estratègia de màrqueting que es centra en crear, publicar i compartir continguts i informació d'interès per al teu públic objectiu. Caldrà tenir definit el nostre públic objectiu i utilitzar diferents canals com: articles de blog, guies, videotutorials, podcasts, infografies,... Aconseguiràs treballar tot el cicle de compra de les persones consumidores, des que descobreix que té una necessitat fins que decideix adquirir el teu producte o servei per a satisfer-la.
- | **Valor de marca.** És el valor que diferencia una marca de la resta a través d'aquells elements tangibles i intangibles que configuren la percepció de les persones cap als seus productes o serveis. Amb una percepció positiva de la teva marca serà més fàcil captar l'atenció de les persones consumidores.
- | **Comunitat.** S'entén per comunitat aquell conjunt de persones que es senten fortament identificades amb els valors i la manera de ser d'una determinada marca. L'ús del màrqueting digital és la millor manera de contribuir a la creació d'aquesta comunitat de persones amb interessos similars.
- | **Influencer.** Les persones influencers són persones usuàries de les xarxes socials i les plataformes digitals que, a través de la seva generació de continguts, han aconseguit connectar amb un gran nombre de persones, construint així, la seva pròpia comunitat. Així, els influencers aprofiten la seva visibilitat per donar a conèixer diferents productes o serveis de les empreses que volen ampliar o fidelitzar la seva clientela.



**ARA ÉS
EL MOMENT**

**PASSA A L'ACCIÓ I
TRANSFORMA EL TEU NEGOCI**

**GUIA PER A L'ENFORTIMENT DIGITAL DELS
COMERÇOS DE SANT FELIU DE GUÍXOLS**

ARA ÉS EL MOMENT DE PASSAR A L'ACCIÓ

Primers passos per a la transformació digital

Ara que ja a coneixes internet, ja entens el que suposa la transformació digital i ja saps què pot fer la tecnologia per al teu 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 una pàgina web sense haver pensat abans el que volen transmetre en aquesta web. Per a fer-ho, correctament necessites conèixer quin és el perfil de la teva 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. **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 cop més ambiciosos.

ARA ÉS EL MOMENT DE PASSAR A L'ACCIÓ

3. **Comprova que disposes d'una base de dades de contacte de la teva 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 teva 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.
4. **Comprova que estàs geolocalitzat.** Com hem vist en aquesta guia, la societat a dia d'avui viu connectada als dispositius mòbils. Això fa que haguem de ser presents tant en el punt de venda físic, com en les principals plataformes que utilitzen les persones consumidores. Ser present a plataformes com Google My Business o TripAdvisor aportaran un extra de visibilitat al teu negoci que no tindries si només estàs present a peu de carrer.



ARA ÉS EL MOMENT DE PASSAR A L'ACCIÓ

5. **Crea un perfil del teu 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 la 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 estiguis present a les principals xarxes socials, que les tinguis actualitzades amb la informació del teu negoci i que contribueixes a dinamitzar-les a través de les teves publicacions.
6. **Comença a generar continguts.** Ja tens xarxes socials? Perfecte! Ara toca pensar en aquells elements o temàtiques que, a través dels teus coneixements, pots afegir valor a la teva marca o negoci per tal de fer que augmenti la teva visibilitat i et permeti connectar amb l'estil de vida dels teus seguidors. Parla d'aquells temes que més els interessin, adapta'ls al teu negoci i interactua amb les persones consumidores per tal de connectar amb elles d'una manera més directa i emocional.
7. **Analitza la repercussió de les teves publicacions.** Realment funcionen? Cal canviar d'estratègia? Cal canviar de canal? Els continguts que publiques s'adeqüen al perfil de la teva clientela? Recorda que pel simple fet d'estar present en els mitjans digitals, no implica que puguis augmentar el teu volum de vendes. Cal que estiguis actiu i que revisis aquelles publicacions i continguts que millor et funcionen per a promocionar el teu negoci. Recorda que al tractar-se de mitjans digitals, la majoria d'actuacions no tenen cap cost econòmic. Rectificar és de savis!

ARA ÉS EL MOMENT DE PASSAR A L'ACCIÓ

8. **Revisa la reputació online del teu negoci.** La teva reputació online representa el prestigi de la teva 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 seus seguidors o la seva clientela. Per tant, suposant que el teu negoci ja opera en les diferents xarxes, descobreix en quin estat es troba la teva reputació online, quina opinió tenen de la teva marca els usuaris de la xarxa i analitza què pots fer per a millorar-la (millorar el tracte a la clientela, donar resposta a les qüestions tant positives com negatives que et plantegin o afegeix testimonis i comentaris reals sobre la teva activitat).

Encara tens algun dubte?

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



PASSA A L'ACCIÓ I TRANSFORMA EL TEU NEGOCI

Baròmetre de la transformació digital

Ajuda'ns a construir un petit baròmetre de la transformació digital del teixit comercial de Sant Feliu de Guíxols.

Et convidem a contestar breument les següents preguntes per ajudar-nos a conèixer el teu grau de digitalització!



Fes *click* a la imatge per accedir al formulari!

