



PALLEJÀ

**NOVES OPORTUNITATS DIGITALS PER AL
COMERÇ DE PROXIMITAT**

**GUIA DE SUPORT PER A
LA VENDA ONLINE**



Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa de l'Àrea de Promoció Econòmica de l'Ajuntament de Pallejà.

Aquesta guia ha estat elaborada per l'empresa FOCALIZZA, S.L. (www.focalizza.com) sota la coordinació d'Oriol Cesena i amb el suport d'Anna Serrano Coll.

**Actualització de la informació:
maig de 2020**

ÍNDEX

I. Benvinguda.

- > Missatge de presentació.

II. Presentació.

III. Comerç de Pallejà: proximitat i digitalització.

- > El valor del comerç de proximitat.
- > Què és la digitalització i que suposa per a un comerç?
- > Per què és important la digitalització del comerç?
- > Què és el màrqueting digital?

IV. 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.

V. Consideracions finals.

- > Conclusions de la guia.
- > Glossari de termes.
- > Primers passos per a la transformació digital.

BENVINGUDA

| Missatge de presentació



Benvolgut Comerciant
Benvolguda Comerciant,

Atesos els reptes que darrerament ha hagut d'encarar el comerç de proximitat, i en especial la recent crisi sanitària que ens afecta a totes i a tots, l'Ajuntament té la voluntat de proporcionar el màxim d'eines que estan al seu abast per a impulsar i millorar la competitivitat del nostre teixit comercial, i posar-les a disposició vostra.

És per aquest motiu que us fem arribar la **Guia de suport per a la venda online. Noves oportunitats digitals pel comerç de proximitat**, en tant que considerem que la implantació de les eines digitals al comerç de proximitat poden ajudar a millorar les vendes i a afrontar els reptes futurs de forma més àgil i flexible. Resulta imprescindible poder-nos adaptar a la nova situació, i és per això que estem convençuts que en traureu el màxim profit.

Sra. Ascensión Ratia Checa
Alcaldessa de Pallejà

Sra. Rebeca Martínez Bernabé
Regidora de Comerç i Cinquena Tinent d'Alcaldia



PRESENTACIÓ

GUIA DE SUPORT PER A
LA VENDA ONLINE

OBRIU MOLT ELS ULLS I LOCALITZEU LES PARADES
ON VENEN ELS PRODUCTES SEGUENTS:



| Sobre aquesta guia

La “**Guia de suport per a la venda online. Noves oportunitats digitals pel comerç de proximitat**” constitueix una eina de formació dirigida als comerços locals de Pallejà.

- | Es tracta d'una guia amena, àgil i de fàcil lectura, dirigida a que qualsevol comerç s'introdueixi en l'ús de tecnologia orientada a millorar la gestió comercial d'un comerç.
- | Una guia on les eines s'expliquen de manera senzilla i, en bona part dels casos, acompanyades de recomanacions que t'ajudin a entendre el món digital.
- | La guia també proposa petits exemples pràctics que hem anomenat "Idees comercials". Es tracta d'exemples que pretenen que visualitzis de manera molt clara com pots aplicar aquestes eines en el teu dia a dia i des d'avui mateix.
- | Així mateix, la guia també incorpora uns espais que hem anomenat "Sabies que,..." i "Pren nota de..." que són petits espais als quals et demanem que prestis molta atenció. No només t'ajudaran sinó que et facilitaran l'aprenentatge.

Per últim, només ens queda animar-te a fer d'aquesta guia un punt de suport a la digitalització del teu comerç.

Bona lectura!!

Et presentem la “Guia de suport per a la venda online. Noves oportunitats digitals pel comerç de proximitat”. Una eina formativa, pràctica i dinàmica que vol ajudar-te a millorar la teva visibilitat i presència en entorns digitals.





COMERÇ DE PALLEJÀ: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

GUIA DE SUPORT PER A
LA VENDA ONLINE



COMERÇ DE PALLEJÀ: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

| El valor del comerç de proximitat

El comerç ha estat i serà, sempre, un referent de la vida social dels municipis. La proximitat del sector envers la ciutadania ha estat un dels pilars fonamentals del comerç que han contribuït a vertebrar ciutats, crear ocupació i generar riquesa.

Amb tot, l'estat actual de confinament i la consegüent crisi sanitària, social i econòmica requeriran nous plantejaments i noves maneres de construir una xarxa de comerços sòlida i estable.

| Quins seran 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.
- | **Nous serveis.** Les persones tenen tendència a cercar serveis que els generin un major valor en la seva compra i que suposin un clar valor afegit per a la seva clientela.
- | **Confiança.** La cerca de mecanismes que facilitin l'atribució en qualsevol compra resultaran elements essencials per millorar la confiança i la fidelització de la clientela.
- | **Adaptabilitat.** Els comerços hauran de fer front a noves maneres de convivència i de compra. Aquest fet requerirà, necessàriament, l'ús de les eines digitals que la tecnologia posa al nostre abast.



COMERÇ DE PALLEJÀ: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

| Què és la digitalització i què significa per als comerços?

La digitalització d'un comerç l'hem d'entendre com el conjunt d'eines i mecanismes que ens permetin relacionar-nos d'una manera molt més eficient amb la nostra clientela, i la ciutadania, en general.

La digitalització, per tant, suposa la integració en la gestió d'un comerç, 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 en un punt de venda 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.

És important, doncs, que el comerç no es **quedi al marge d'un procés que tot just acaba de començar.**



Els canvis acostumen a fer por, però per avançar **cal sortir de la zona de confort, provar, equivocar-se i tornar-ho a provar.** Si el teu veí ja ho està fent, tu també pots aconseguir-ho!

COMERÇ DE PALLEJÀ: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

| Per què és important la digitalització del comerç?

Les noves tecnologies i la transformació digital de la societat han contribuït a generar molts canvis en la conducta de la ciutadania. El comerç ha vist com, en molt poc temps, els hàbits de compra de les persones consumidores s'han vist modificats de manera exponencial.



Per tant, la tecnologia posa a l'abast dels comerços tot un conjunt d'eines digitals que juntes o per separat generen un canvi de paradigma a través d'un seguit d'aspectes que cal tenir en consideració:

- | **Una relació molt més estreta i directa.** La comunicació digital implica una nova forma de relació de les persones consumidores amb els comerços i entre elles mateixes.
- | **Compra a temps real.** La persona consumidora pot comprar qualsevol producte i en qualsevol moment del dia.
- | **Relacions bidireccionals.** Les persones interactuen cada vegada més en el procés de compra.
- | **Omnicanalitat.** Les persones consumidores opten cada vegada més per disposar de diferents canals de compra.
- | **L'ús dels dispositius mòbils.** L'ús de la tecnologia mòbil permet introduir noves alternatives en l'experiència de compra de les persones consumidores.

| Què és el màrqueting digital?

El màrqueting digital engloba totes aquelles accions i estratègies que s'executen a Internet.

El màrqueting digital ha suposat la transició dels canals de comunicació tradicionals al món digital, possibilitant un nou model de relació comercial centrat en les persones i en el que les persones usuàries poden compartir informació en temps real.

Així, quan parlem de màrqueting o comunicació digital i fem referència al comerç, no parlem d'estratègies per incrementar la venda sinó que ho fem de mecanismes que permetin enfortir la confiança i la relació d'un punt de venda amb la seva clientela i amb qualsevol altra persona consumidora.

Tingues present que...

El màrqueting digital està pensat per crear una millor relació amb la clientela d'un comerç. Conèixer les necessitats i les preferències de compra de les persones resulta clau per arribar a satisfer-les amb el nostre negoci.

Les principals característiques que el defineixen són les següents:

- | **És mesurable.** Les accions de comunicació digital ens permeten mesurar el seu impacte en la clientela.
- | **Flexibilitat i dinamisme.** Les campanyes de màrqueting digital es poden modificar de manera molt ràpida segons quins siguin els resultats obtinguts.
- | **Més econòmic.** Es poden promoure actuacions amb un cost econòmic més baix que no pas les accions de comunicació tradicionals.
- | **Més concret.** Permet arribar a grups de persones consumidores amb característiques molt específiques.
- | **Permet crear una comunitat.** El màrqueting digital ens permet relacionar-nos de manera continua amb les persones consumidores, generant així, majors vincles amb les persones.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

GUIA DE SUPORT PER A
LA VENDA ONLINE

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

| De la proximitat del comerç a la tecnologia

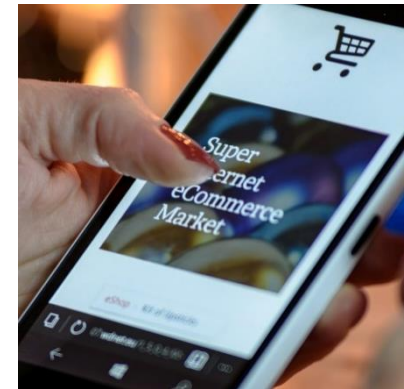
El comerç de proximitat mai serà digital. El nostre comerç haurà de seguir apostant pels valors que sempre li han estat propis: personalització, confiança, servei,...

També és cert que, tot i que no esdevindrà digital, sí que és notori que **haurà d'incorporar la tecnologia en el seu relat i el seu missatge comercial.**

No obstant això, d'eines tecnològiques n'hi ha moltes i en sorgiran moltes més. Tot seguit et proposem aquelles **eines digitals** que, de ben segur, ajudaran a fer que el teu negoci guanyi visibilitat i vendes.

| Quines eines digitals pots utilitzar per vendre més?

- > La missatgeria instantània
- > La venda telefònica
- > Les xarxes socials
- > Les videoconferències
- > Els webs
- > Les botigues online
- > Aplicacions mòbils per al comerç



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

| La missatgeria instantània

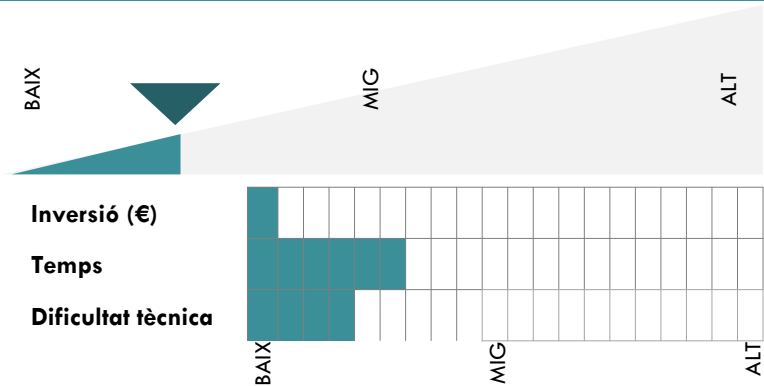
La missatgeria instantània és un **sistema digital que permet intercanviar informació a temps real de diferents tipus d'arxius, ja siguin textos, imatges, vídeos o missatges de veu**, i fins i tot fer videoconferències. Entre les aplicacions més conegudes de missatgeria instantània online destaquen WhatsApp i Telegram.

Al següent vídeo t'ensenyem què és Whatsapp Business i perquè és una oportunitat per al teu negoci!

Fes click en la imatge per obrir el vídeo.



| 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:

| **Impulsant accions comercials específiques i difonent ofertes.**

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

| **Participant en la resolució de dubtes: donant suport a l'acció comercial.**

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

| **Promovent la confiança amb la clientela: reforçant l'acció de fidelització.**

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



Unes idees...

Forn i pastisseria: pots impulsar la utilització de WhatsApp Business per interactuar amb la teva clientela: informar de canvis d'horaris, noves ofertes i promocions, organitzar els processos d'encàrrec i entrega de comandes,... Aquest sistema agilitzarà la comunicació amb la teva clientela i podràs incrementar el volum de negoci.

Impremta i copisteria: Com a estratègia digital pots informar al teu llistat de contactes les ofertes d'última hora i les opcions d'impressió de les que disposes. També pots aprofitar per ensenyar nous projectes amb la teva impressora 3D. A més, podràs rebre els projectes a través de WhatsApp i podràs realitzar una videoconferència per acabar de resoldre possibles dubtes d'impressió.

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

Menjar preparat: amb el WhatsApp Business podràs oferir que la teva clientela pugui contactar amb el teu equip per consultar la possibilitat de realitzar encàrrecs. Aquest canal també et servirà per a poder adjuntar imatges dels plats preparats o enviar un menú diferent cada setmana.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

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



En aquest tutorial 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.

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.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

| Exemple pràctic: Com portar a terme una campanya de WhatsApp Business?



| Et proposem aquest exemple...

Un taller de cotxes de Pallejà vol ampliar els seus serveis comercials per tal d'oferir un servei molt més personalitzat a la seva clientela que permeti recordar que ha arribat el moment de canviar l'oli, revisar els pneumàtics, passar la ITV i mantenir la clientela contínuament informada de qualsevol aspecte important.



> I si ho fa creant un canal de Whatsapp Business?

| Quins elements cal preparar?

- > 1 **Creació de perfil del empresarial:** inclou informació important per a la clientela (adreça, horari d'atenció i entrega, lloc web, xarxes socials).
- > 2 **Organització de l'agenda:** cal etiquetar els contactes generats a través de WhatsApp amb paraules clau que permetin enviar missatges personalitzats a cada perfil de persones consumidores.
- > 3 **Automatització de missatges:** aquesta agenda et permetrà generar diferents comunicacions per a la oferta de productes exclusius a aquells grups de persones consumidores que consideris més adequats.

| Quins beneficis li pot aportar?



Personalitza el servei: amb aquesta nova iniciativa, el taller de cotxes millorarà el servei a la seva clientela.



Incrementa de la confiança: l'ús de WhatsApp permetrà obtenir una major confiança de la clientela envers el comerç, ja que es sentirà escolta i atesa constantment.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LA VENDA TELEFÒNICA

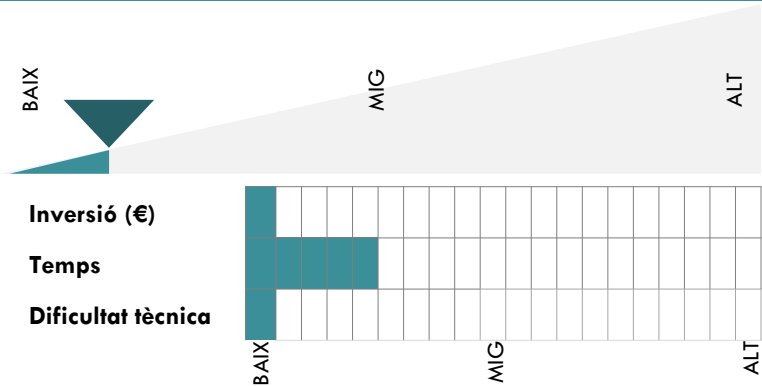
| La venda telefònica

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 es pot fomentar la venda telefònica?

La venda telefònica et permetrà facilitar el contacte més directe amb la teva clientela, ja sigui:

| **Rebent comandes i impulsant la venda.**

Ens ofereix la possibilitat d'incentivar, tramitar i rebre les comandes que fa la nostra clientela.

| **Oferint serveis i generant valor a la clientela.**

Ens permet donar a conèixer nous serveis que podem oferir a la nostra botiga, com és el cas de la venda a domicili, l'existència de nous productes...

| **Resolent dubtes i reforçant 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.

▶▶▶ Una idea...

Floristeria: pots utilitzar la venda telefònica com a mecanisme per a facilitar la compra de la teva clientela. És una bona manera d'encarregar plantes o arbres de manera no presencial, així, el client vindrà quan la comanda estigui llesta. Pots aprofitar la trucada per suggerir les ofertes de la setmana.

▶▶▶ Una idea...

Xarcuteria: podràs utilitzar la venda telefònica per captar les comandes. Així, evitaràs la creació de cues al teu punt de venda. Pots fer l'encàrrec i que avisar quan ja estigui la comanda preparada. Només caldrà que passin a recollir els productes.

▶▶▶ Una idea...

Tintoreria: Pot esdevenir una bona eina per a la resolució de dubtes de la clientela. Posem per cas que una persona té roba tacada però no sap com actuar per evitar malbaratar la peça. Aquesta persona podrà consultar si disposes de productes o processos per poder donar resposta als seus problemes sense haver de desplaçar-se.



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.

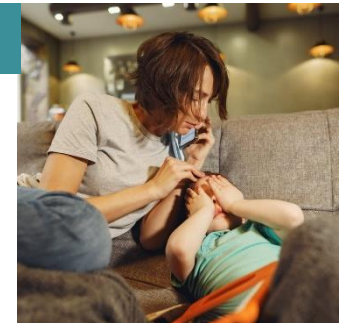
Pren nota de...

- | 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 les vendes amb una trucada telefònica?



| Et proposem aquest exemple...

Una botiga de llaminadures de Pallejà vol impulsar un sistema de venda telefònica per tal que la seva clientela pugui fer les seves comandes a través del telèfon. És una bona oportunitat per oferir serveis com l'elaboració de pastissos d'aniversari, bosses de llaminadures personalitzades. Es pot compaginar amb altres canals per fer arribar el catàleg de productes prèviament.



| Què haurà de tenir en compte?

- > 1 **Contactar amb la clientela a través de:**
 - | Canals de missatgeria instantània.
 - | Xarxes socials.
 - | Trucades telefòniques.
- > 2 **Preparar el discurs de la trucada:**
 - | Fixar els objectius de la trucada.
 - | Tenir el guió amb què es vol exposar.
 - | Tenir el full de comanda, per si es vol fer aquesta en el mateix moment.
- > 3 **Realització de la trucada:**
 - | Missatge de presentació.
 - | Exposar els objectius i el contingut.
 - | Agraïment i tancament de la trucada.

| Quins beneficis li pot aportar?



Facilita la compra de la seva clientela: amb la introducció d'aquest servei, les persones veuen com tenen més opcions per a comprar a la botiga de llaminadures.



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

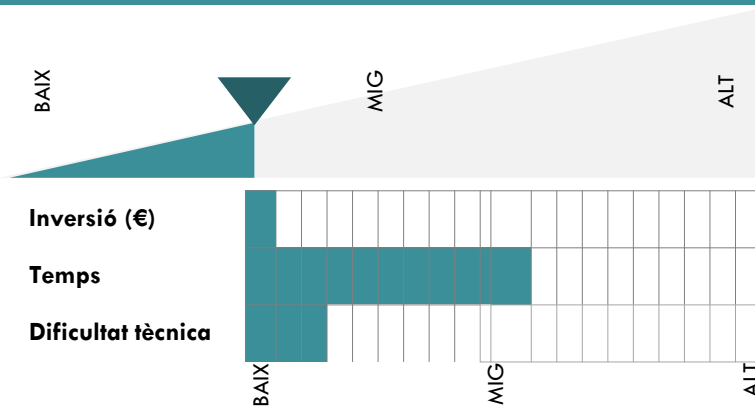
| Les xarxes socials

En l'àmbit del comerç de proximitat, les xarxes socials són un immillorable espai digital per **promoure la relació amb les persones consumidores.**

Tot i que les xarxes socials ens poden ajudar a vendre, per sobre de tot són **espais per compartir continguts relatius a informació, idees i recomanacions del nostre comerç.**



| 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 passem 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 ens ajudarà:

| **Reforçant el missatge comercial.**

Les xarxes socials són un espai ideal a través del qual podem reforçar el missatge comercial de la nostra botiga i sostenir-lo en base a la relació entre persones

▶▶ **Una idea...**

Centre veterinari: les teves xarxes socials poden ser l'espai digital on ensenyis els serveis que ofereixes. Pots aprofitar per fer visibles els processos que segueixes i compartir continguts d'interès com els resultats obtinguts en el tractament dels animals. D'aquesta manera podràs connectar amb els teus seguidors i els amants dels animals.

| **Millorant la visibilitat del negoci i la seva notorietat.**

La informació que publiquem a les xarxes ens pot ajudar a guanyar credibilitat, de manera que el nostre comerç tingui més reputació envers la comunitat.

▶▶ **Una idea...**

Botiga de complements per a la llar: les xarxes socials s'han convertit en un boca-orella extraordinari. Interactuar amb la teva comunitat parlant sobre la possible decoració de diverses estàncies de la casa amb els productes de la teva botiga, pot despertar l'interès de noves persones consumidores.

| **Promovent la comunicació a temps real.**

El fet que es tracti d'una eina utilitzada les persones ens permet promoure una major confiança i un tancament de comandes més eficient.

▶▶ **Una idea...**

Gimnàs: pots aprofitar la visibilitat de les xarxes socials per publicar imatges del teu recinte. A part, també pots crear vídeos d'entrenaments realitzats en el gimnàs, rutines personalitzades i altres estratègies que se t'acudeixin per captar l'atenció de nous usuaris.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES XARXES SOCIALS

| De les xarxes socials, t'interessa saber...



En aquest tutorial, en format vídeo, t'expliquem com aprofitar algunes de les xarxes socials per promoure les vendes en un punt de venda.

Els ítems que abordem són:

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

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.

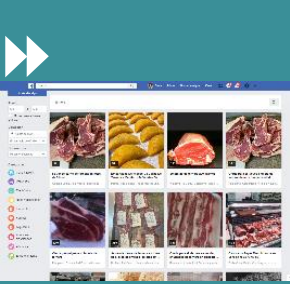

Tingues present que...

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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES XARXES SOCIALS

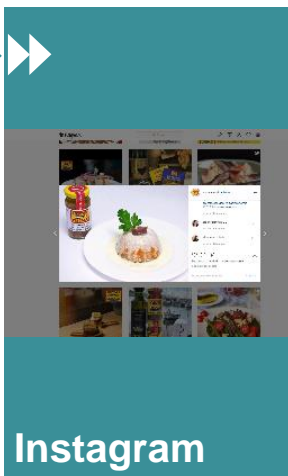
| Si vols vendre a través de les xarxes socials, has de tenir en compte...

	T'ajuda a...	Com ser-hi?	Costa diners?	Alerta amb...
 <p>Facebook Marketplace</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>Publicar articles no té cap cost. Tampoc existeix la possibilitat de fer publicitat d'aquesta publicació. La plataforma no preveu cap mecanisme de venda.</p>	<p>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.</p>
 <p>Facebook Pàgina de negoci</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>	<p>Publicar articles i difondre'ls no té cap cost.</p> <p>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.</p>	<p>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.</p>

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES XARXES SOCIALS

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



Instagram

T'ajuda a...

Transmetre els valors del teu comerç a través d'imatges i vídeos en el mur, les *stories* 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.

Com ser-hi?

Per etiquetar els teus productes necessitaràs connectar el teu Instagram a la *fanpage* 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.

Costa diners?

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 *stories* d'Instagram cal superar els 10.000 seguidors.

Alerta amb...

El repte és mantenir una rutina en la publicació de coses diverses, sempre vinculades al negoci. Si s'equilibren els continguts comercials, aniràs pel bon camí per trobar nova clientela.

Saps que són els hashtags?

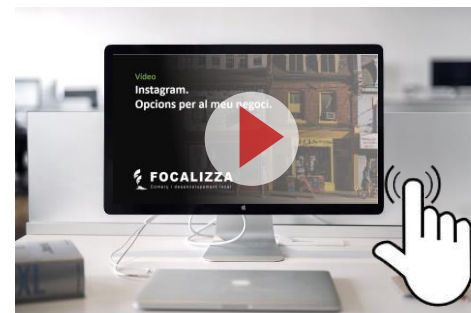
Els *hashtags* són paraules o grups de paraules rellevants que van precedides d'un “#” i que s'utilitzen a les xarxes socials per classificar continguts.

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 o entorn més immediat.

Al següent vídeo t'ensenyem quin tipus de continguts pots crear a Instagram i alguns consells per a fer-ho!

Fes click en la imatge per obrir el vídeo.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES XARXES SOCIALS

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



| Et proposem aquest exemple

Una botiga especialitzada en fotografia de Pallejà es planteja crear un perfil a Instagram. Els seus objectius són, per una banda, despertar l'interès a la potencial clientela i, per altra, donar visibilitat al seu comerç perquè la gent vegi la qualitat de les seves imatges. Amb aquesta acció es vol iniciar al món digital.



> Serà una bona opció?

| Què haurà de tenir en compte?

- > 1 Creació del perfil a la xarxa social amb la informació bàsica del negoci (adreça, correu, web). Comunicar la creació d'aquest nou perfil entre la seva clientela (pot posar un cartellet al propi comerç, a la firma del mail, a la web,...).
- > 2 Publicació, en el mateix perfil, d'accions concretes per interactuar amb els seus seguidors: fotografies i projectes realitzats, recomanacions, creació de premis, concursos i enquestes que incentivin la participació.
- > 3 Avaluació sobre com aquestes accions han sumat nous seguidors, com han interactuat i participat de les propostes proposades. També per donar resposta als comentaris i als missatges de les persones seguidores (genera una bona reputació i confiança per part de les persones que segueixen el perfil).

| 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 les seves novetats.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES VIDEOCONFERÈNCIES

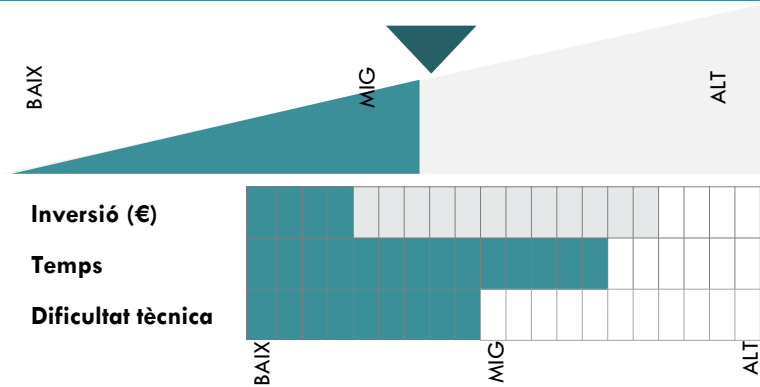
| Les videoconferències

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:

| **Mostrant productes i generant vincles.**

Ens permet ensenyar, a través de vídeo i en temps real, els productes i serveis que tenim al nostre comerç.



Una idea...

Botiga de roba esportiva: suposa una bona oportunitat per donar un valor afegit o un privilegi a la teva clientela més especial. A través de la videoconferència pots avançar les peces de la nova temporada i comparar-les les unes amb les altres fent les teves valoracions. A partir d'aquest moment ja es podran realitzar encàrrecs i comandes.

| **Celebrant esdeveniments i creant confiança.**

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



Una idea....

Ceràmica i artesanía: pot aprofitar les videoconferències per diversificar el seu negoci a través de la creació de tallers online. A través d'aquests tallers, pot ensenyar les seves peces i repetir el procés amb els alumnes que assisteixen al taller.

| **Resolent dubtes i fidelitzant clientela.**

La videoconferència ens pot facilitar la feina de resoldre qualsevol dubte de la clientela de manera personalitzada (dubtes en com instal·lar un producte, dubtes de la postvenda,...).



Una idea...

Jardineria: com a centre de jardineria pots utilitzar una plataforma de videoconferències com a canal per ensenyar els teus productes i realitzar demostracions de com queden exposats en diferents espais enjardinats. Ho podries combinar amb unes bones xarxes socials i un espai web on publicquis continguts complementaris.



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 anomenats disposes de Meet de Hangouts, ZOOM Meeting i Skype. Són programes molt intuïtius i fàcils d'utilitzar. T'hi animes?

Per crear una videoconferència

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. 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?



| Et proposem aquest exemple...

Una merceria de Pallejà vol iniciar-se en el món digital i ha pensat que una de les maneres de fer-ho és a través de la realització de tallers de costura i promocionar els materials utilitzats a través de directes i videoconferències, ja sigui mitjançant les opcions que ofereixen les xarxes socials o a través d'una plataforma com Skype o Zoom.



> I si ho fa amb una videoconferència?

| Què haurà de tenir en compte?

- > 1 Fes difusió de l'activitat pels canals de comunicació que més utilitzi:
 - | Canals de missatgeria instantània.
 - | Xarxes socials.
 - | Trucades telefòniques.
- > 2 Prepara la videoconferència:
 - | Tria una plataforma de videoconferències
 - | Crea la reunió i prepara el codi d'accés.
 - | Fes arribar aquest codi als teus contactes.
 - | Facilita informació dels materials i exercicis a realitzar prèviament..
- > 3 Realitza la classe:
 - | Recorda els materials i exercicis a realitzar.
 - | Afegeix un torn de paraula o habilita un espai de consulta per conèixer l'opinió de les persones assistents.

| Quins beneficis li pot aportar?



Consolida la imatge de marca del comerç: els participants poden conèixer nous productes i es poden generar noves idees creatives que impulsin la seva compra.



Ens ajuda a arribar a nous segments: la videoconferència permetrà captar a interessats que no estiguin necessàriament a l'entorn de Pallejà.



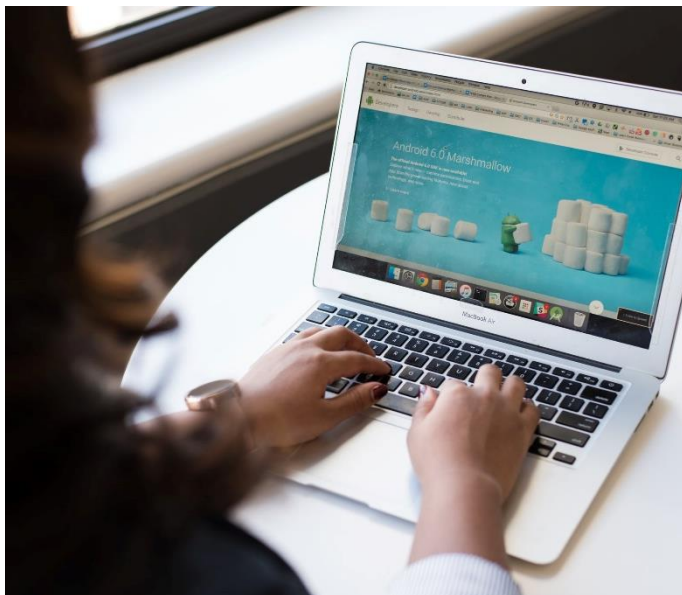
Genera idees de possibles compres: la videoconferència pot fer que les persones que hi assisteixin mostrin interès per adquirir els productes utilitzats.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

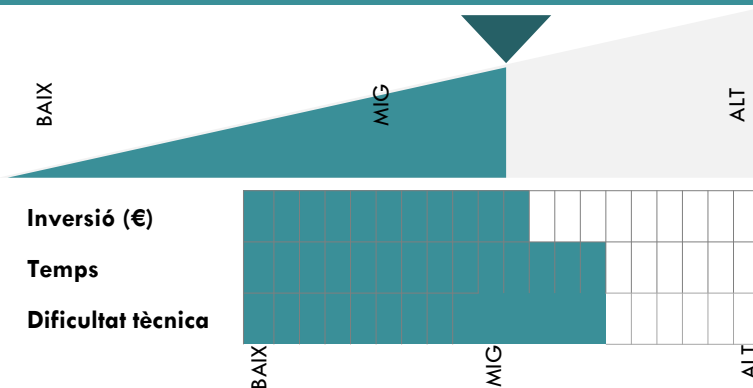
ELS WEBS

| 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 nostre catàleg de productes, actualitzat en tot moment.

▶▶▶ Una idea...

Electrodomèstics: disposar d'un espai web amb un catàleg dels teus productes i contingut audiovisual on expliquis les característiques i el procés d'utilització, et permetrà obtenir una major visibilitat i connectar de manera més directa amb les potencials persones consumidores.

| Millorar la imatge del comerç i la seva solvència.

Un web et pot permetre reforçar el valor de la imatge del comerç ja que són moltes les persones que quan busquen informació cerquen la web com a primera opció.

▶▶▶ Una idea...

Restaurant: pots plantejar-te crear un web per ajudar a incrementar la teva clientela. Pots acompanyar la teva web amb imatges del menú, el que vols transmetre amb cada plat i quines opcions de servei a disposes.

| Compartint informació.

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.

▶▶▶ Una idea...

Joieria: com a joieria pots optar per un espai web en el qual informis de les teves col·leccions, de noves col·laboracions amb *influencers* locals i on publicuis ofertes i promocions d'última hora. Podràs deixar un apartat per a que la teva clientela pugui comentar si el producte els hi ha arribat bé, si és el que s'esperaven. També podries donar la opció d'adjuntar una fotografia i convertir-se, així, en prescriptors de la teva marca.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

ELS WEBS

| De les pàgines 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 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...).

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 43 d'aquesta guia](#)*).
- | **La seguretat a Internet** és molt important. Si disposes d'un web sempre necessitaràs un bon suport tècnic i de protecció.

Tingues present...

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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

ELS WEBS

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



| Et proposem aquest exemple...

Un celler de Pallejà vol expandir el seu volum de negoci, tenir visibilitat i augmentar, així, la seva clientela. A través d'aquesta guia ha vist que un espai web és una oportunitat molt viable per a connectar amb noves persones consumidores.



> I si ho fa amb un web per al comerç?

| Què haurà de tenir en compte?

- > 1 En primer lloc, amb la creació del nou web caldrà pensar molt quins projectes ensenyant així com la informació que es vol compartir. Definir l'oferta que hi volem posar és molt important!
- > 2 Per tal que el web transmeti la proposta de valor del comerç, hauràs de diferenciar, de manera clara, els diferents serveis que ofereixes i els continguts complementaris (blog, suggeriments, ressenyes, servei postvenda,...).
- > 3 Caldrà definir un disseny atractiu a partir d'un conjunt de grafismes i d'imatges que permetin una bona experiència d'usuari.

| Quins beneficis li pot aportar?



Actualització de l'oferta: el nou web actua com un catàleg digital que es pot actualitzar contínuament afegint els canvis que es considerin més oportuns en cada moment.



Credibilitat: habilitar un espai per a la recaptació d'opinions i preguntes freqüents fetes 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 productes, si es disposa de servei a domicili.

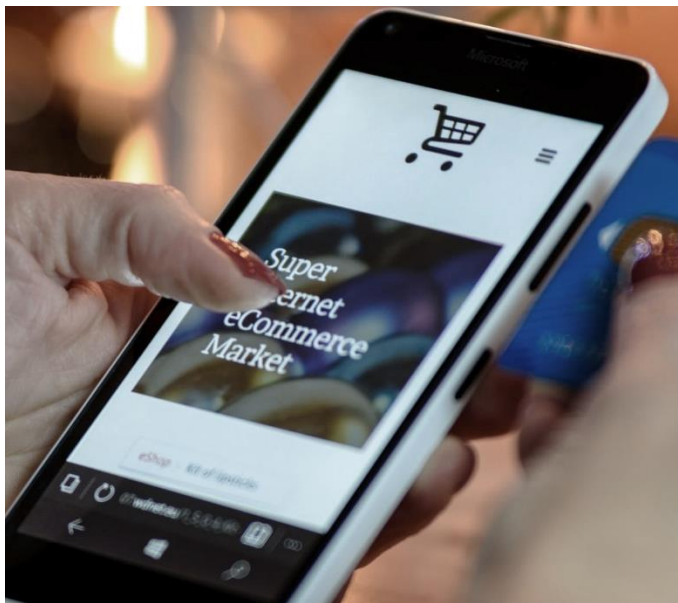
EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES BOTIGUES ONLINE

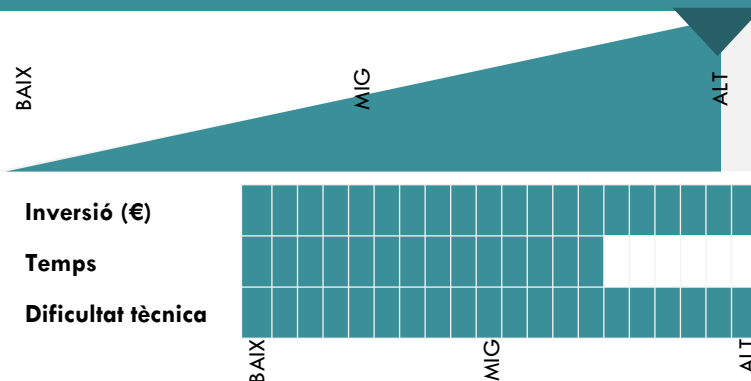
| Les botigues online pròpies

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. Tot plegat es pot contractar a partir de 1.200 euros.
- | **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, estarem:

| Automatitzant continguts i facilitant la compra.

Gràcies als processos automatitzats de les botigues online, la clientela escull els productes que volen, paguen i rebem el pagament.

▶▶ Una idea...

Perfumeria: una perfumeria es podria proposar expandir el seu comerç a través de la creació d'una botiga online. Podries generar descomptes a aquelles persones que recomanin als seus amics i familiars el consum dels seus productes a través de generar enllaços de compra personalitzats.

| Ampliant horaris i aproximant-nos a les persones.

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

▶▶ Una idea...

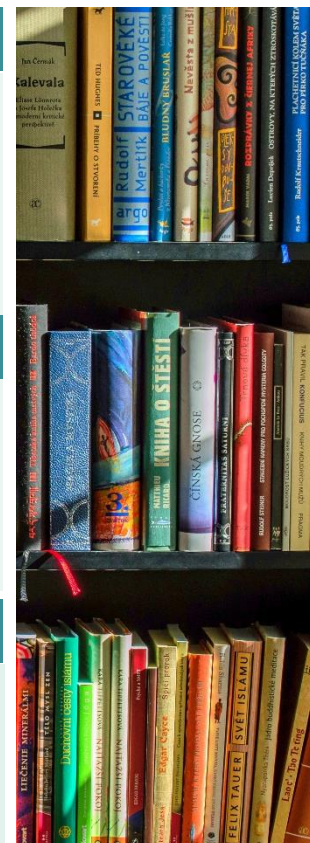
Una immobiliària: pots dissenyar un sistema de reserves de visita cap a una botiga online per tal d'estar disponibles durant les 24 h. Així, la teva clientela pot consultar la disponibilitat dels teus agents i reservar directament amb la botiga online sense haver de parlar amb ningú.

| Ampliant zones geogràfiques i captant nous perfils de persona consumidora.

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.

▶▶ Una idea...

Papereria: com a papereria podries obrir una botiga online amb l'objectiu de vendre els teus productes en noves zones geogràfiques. La clientela podria rebre els productes a casa seva o venir a buscar-los a la botiga.



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

| Alternatives a les botigues online pròpies: els Marketplace

Un Marketplace és un tipus d'e-commerce en què qualsevol comerç pot vendre els seus productes a través d'una plataforma digital ja existent, i de manera fàcil i ràpida.



Principals beneficis

- | **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.

| Per vendre a un Marketplace...

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.).



Principals inconvenients

- | 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.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

LES BOTIGUES ONLINE

| Exemple pràctic: Com planificar una botiga online?



| Et proposem aquest exemple...

Una botiga de roba interior de Pallejà que ja disposa d'un espai web per a promocionar els seus productes, vol començar a treballar en alguna iniciativa per no dependre només de les vendes a la botiga. Té l'oportunitat de contactar amb persones *influencers* perquè promocionin la seva web a les seves xarxes socials i que aquestes derivin els usuaris a la botiga online.



> Com ho hauria de fer?

| Què haurà de tenir en compte?

- > 1 En primer lloc caldrà avaluar la qualitat de l'espai web i dissenyar la migració cap a una botiga online. Caldrà treballar en un espai web amb un disseny de l'experiència d'usuari molt cuidat, que porti seguretat al procés de compra, que detalli l'origen dels productes així com el sistema d'entrega a domicili.
- > 2 Caldrà identificar quines persones poden esdevenir prescriptores de la nostra marca i ens poden generar nous fluxos de clientela. Haurèm de negociar quin tipus de retribució hauran de rebre aquestes persones per tal de fer promoció dels nostres productes.
- > 3 Per últim, caldrà donar visibilitat a la nostra botiga online i ser present en els diferents canals que utilitzin les persones consumidores.

| Quins beneficis li pot aportar?



Facilita la fidelització de grups de clientela: amb un comerç online propi podem facilitar la compra a determinats grups de persones que no poden assistir de manera física.



Facilita la tramitació de comandes i el seu pagament: contribueix, 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

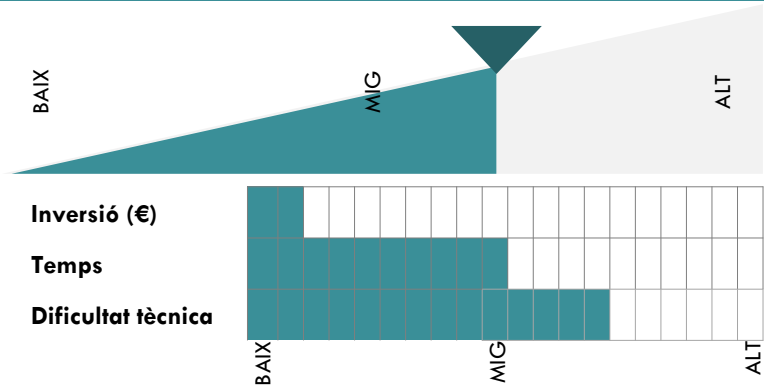
APLICACIONS MÒBILS PER AL COMERÇ

| 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 tipologies ben diferents d'aplicacions mòbils** aplicables al comerç. Tot seguit t'exposem aquelles que el 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

APLICACIONS MÒBILS PER AL COMERÇ



| Les aplicacions mòbils per al comerç. Com et poden ajudar a vendre i ser més 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

APLICACIONS MÒBILS PER AL COMERÇ

| Quines eines digitals poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?



APP de geocalització

Què són?

Les aplicacions de geocalització 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.

Beneficis per al comerç:

L'instrument de geocalització 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, per defecte, amb una aplicació diferent, Maps Connect. No podem oblidar les APP de reputació online especialitzades: **Trip Advisor** i **El Tenedor** que són les referències per a establiments de restauració.



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.

>> *Si poses en marxa algun d'aquests sistemes de pagament, et suggerim que ho anunciïs.*

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.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

APLICACIONS MÒBILS PER AL COMERÇ





| Quines eines digitals poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?

	Què són?	Beneficis per al comerç...
 <p>Codis QR</p>	<p>Un codi QR és una mena de 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-hi més visibilitat, de la mateixa manera que aconseguiràs un major volum de vendes ja que es poden configurar cupons de descompte, propostes de venda creuada, etc.</p>	<p>Els codis QR en el comerç tenen com a objectiu principal la interacció amb cada persona. 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.</p> 
 <p>Dades al núvol</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p> 

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

APLICACIONS MÒBILS PER AL COMERÇ

| Quines eines digitals poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?

	Què són?	Beneficis per al comerç...
 <p>APP de productivitat</p>	<p>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.</p>	 <p>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.</p>
 <p>Xatbox</p>	<p>Un bot conversacional o xatbot és un programa que simula mantenir una conversa amb una persona humà. Habitualment, la conversa s'estableix a través d'un teclat, encara que també hi ha models que disposen d'una interfície d'usuari multimèdia.</p>	 <p>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 vinculades al comerç que poden acabar facilitant la compra.</p>



**ARA ÉS
EL MOMENT**

CONSIDERACIONS FINALS

GUIA DE SUPORT PER A
LA VENDA ONLINE

CONSIDERACIONS FINALS

| Conclusions de la guia

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.** Serà molt important la formació en habilitats digitals a qualsevol persona i professionals del sector.

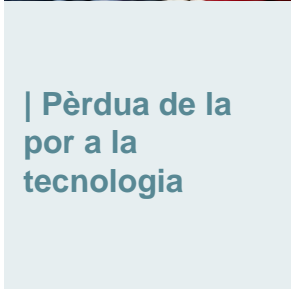
| **Omnicanalitat.** L'ús de la tecnologia com a complement de la venda de proximitat esdevindrà molt important per adaptar-se als nous hàbits de consum.



| La tecnologia com a via de relació amb la clientela



| Relació directa amb les persones



| Pèrdua de la por a la tecnologia



| Assolir competències digitals



| L'experiència de compra de l'usuari

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.
- | **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.

CONSIDERACIONS FINALS

- | **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.
- | **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 o per estils de vida. Cada segment de mercat al que dirigim la nostra oferta comercial requerirà eines i mitjans de comunicació diferents.
- | **Màrqueting de continguts** El màrqueting de continguts es centra en crear, publicar i compartir continguts i informació d'interès per al públic objectiu al que vols dirigir el teu negoci. Amb eines com articles de blog, guies, videotutorials, podcasts, infografies,... T'ajudaran a construir un major valor de marca del i a transmetre la proposta de valor del teu negoci.
- | **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** Els 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, una comunitat. D'aquesta manera, els influencers aprofiten la seva visibilitat per donar a conèixer diferents productes o serveis de les empreses que volen potenciar la seva imatge o fidelitzar la seva clientela.

CONSIDERACIONS FINALS

| Primers passos per a la transformació digital

Ara que ja a coneixes amb més detall 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 primers 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.
- 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.

CONSIDERACIONS FINALS

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!
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).

CONSIDERACIONS FINALS

Encara tens algun dubte?

Escolta el següent *podcast* on t'expliquem les claus d'aquest procés d'una manera didàctica i amena.



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



Ajuntament
de Pallejà