

GUIA DE SUPORT A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ I EL MERCAT D'AMPOSTA



Font: Ajuntament d'Ampost, 2023.

ÍNDEX



Pàg. 4

Benvinguda i present

Missatge de benvinguda
Aprèn, interactua i avaluat!

1

Pàg. 7

Comerç, estratègia i tecnologia

El comerç de proximitat i l'estructura urbana
El mercat d'Amposta, un motor econòmic i social de la ciutat
Tecnologia, comerç italià

2

Pàg. 14

Eines per a l'estratègia comercial

Com definim el nostre negoci?
Com analitzem l'entorn del negoci?
Com analitzem la competència del nostre negoci?

3

Pàg. 19

Eines per a la digitalització

Eines digitals per al comerç de proximitat
La missatgeria instantània
Les xarxes socials
Les plataformes de geolocalització
Les pàgines web
Les botigues online
Les aplicacions mòbils
Els butlletins electrònics
Les tecnologies al punt de venda

4

Pàg. 58

Digitalitza el teu negoci

Primers passos per a la transformació digital

5

Pàg. 61

Temps de pràctica

Exercicis d'autoavaluació

6

Pàg. 75

Reptes futurs

Reptes essencials del comerç: proximitat, tecnologia i sostenibilitat
Glossari de termes
Referències bibliogràfiques

7



El Ajuar de la Noiva

BENVINGUDA I PRESENTACIÓ

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ



Plan de Recuperación,
Transformación
y Resiliencia



Financiado por
la Unión Europea
NextGenerationEU



Ajuntament d'Àmposta

BENVINGUDA

Com a regidora de comerç i mercat de l'Ajuntament d'Amposta, em plau donar-vos la benvinguda a aquesta iniciativa. En aquesta guia trobareu informació i recursos per ajudar-vos a adaptar-vos als nous temps i a fer front als reptes que planteja la transformació digital.

Vivim en un món en constant evolució on les tecnologies digitals estan canviant la forma en què consumim i comprem. És per això que és fonamental que els comerços locals es mantinguin al dia i adoptin les eines necessàries per atraure i fidelitzar als seus clients.

A través d'aquesta guia, trobareu consells i recursos pràctics per impulsar la vostra presència en línia, millorar la gestió del vostre negoci i optimitzar les vostres vendes. Estic convençuda que, amb esforç i dedicació, aconseguireu mantenir-vos competitius en un entorn digital cada vegada més exigent.

Des de l'Ajuntament d'Amposta, estarem al vostre costat per acompanyar-vos en aquest procés de transformació digital i fer que el vostre negoci prosperi i creixi. Us animo a treballar conjuntament per aconseguir el futur que voleu per al vostre establiment i per a la nostra ciutat.

Moltes gràcies per la vostra confiança i col·laboració. Endavant, junts farem d'Amposta un lloc ideal per comprar i vendre en l'era digital.

Atentament,

ANNA TOMÀS TALARN

Regidora de Comerç i Mercat de l'Ajuntament d'Amposta



BENVINGUDA

Aprèn, interactua i avalua't!

Ara més que mai, les tecnologies i el món digital juguen un paper molt important en el desenvolupament de qualsevol negoci. en general, les tecnologies suposen una bona oportunitat per millorar els processos de treball de qualsevol comerç. Aprendre a fer front a la pressió que exerceix el món digital esdevé clau per ser més competitiu.

Així doncs, et proposem aquesta guia per a la transformació digital del teu punt de venda. Un recurs pedagògic de fàcil lectura, amè i constructiu que confiem que t'ajudi a millorar les teves habilitats digitals.

Et desitgem bona lectura!

Aquesta guia pretén ser una eina de suport a la transformació digital de qualsevol comerç d'Amposta, ja siguin establiments a peu de carrer com del mercat municipal.

La guia incorpora recursos que t'ajudaran a fer una immersió digital. També et proposem tot un seguit de casos a resoldre perquè puguis veure els coneixements adquirits.





COMERÇ, ESTRATÈGIA I TECNOLOGIA

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ

PRESENTACIÓ

El comerç de proximitat i l'estructura urbana

El comerç és un dels sectors productius més importants de l'economia local de qualsevol població.

Amposta no n'és una excepció, i tant el seu comerç com el propi mercat municipal s'erigeixen en un format de llarga tradició comercial i forta competitivitat. Es tracta d'un ecosistema amb una gran importància dins l'estructura socioeconòmica de la ciutat d'Amposta. Un sector que presenta molts valors no només vinculats a l'activitat econòmica sinó també a àmbits tan importants com les relacions humanes, socials, l'estil de vida, el foment associatiu i de consens així com d'impuls de la transversalitat per les sinergies que produeix.



PRESENTACIÓ

El comerç de proximitat i l'estructura urbana

Atractiu urbà

A banda de la funció d'abastiment, l'oferta comercial d'Amposta reafirma la capitalitat de serveis de la vila en l'entorn comarcal. I és i pot esdevenir un atribut que enriqueixi la destinació Amposta per a les persones visitants. La qualitat, diversitat i singularitat de la seva oferta comercial pot ser determinant.

Dinamització econòmica

La xarxa comercial d'Amposta és un ecosistema econòmic que fa una aportació destacada a la riquesa de la ciutat, a banda de la seva funció social. Requereix continuar-la dotant dels instruments de formació, serveis, promoció i competitivitat perquè mantingui i augmenti la seva fortalesa.

Estil de Vida

El comerç de proximitat reforça les relacions de veïnatge i les relacions humanes perdurables. Dona qualitat i seguretat als espais públics i és un factor característic de la identitat mediterrània i catalana de la ciutat d'Amposta i dels municipis del territori.

Cultura i Sostenibilitat

La transversalitat de l'ecosistema comercial és clau en la cultura local. Els establiments emblemàtics, els vincles emocionals que genera, la participació en la tradició turística, gastronòmica i festiva expressen la rellevància cultural del comerç. És un sector clau per a l'aterratge de l'Agenda 2030.

PRESENTACIÓ

El mercat d'Amposta, un motor econòmic i social de la ciutat

Els mercats municipals són, en general, un dels formats amb una major tradició i arrelament a les ciutats. Amposta no n'és una excepció com ho fa palesa el valor i la força comercial del seu mercat. Val a dir, al mateix temps, que els mercats s'estan erigint, també, en aparadors per a les persones visitants de la producció agroalimentària comarcal. A més de la funció essencial d'abastiment, és un reclam de l'atractiu de la vila.

Tanmateix, hi ha algunes consideracions i tendències que seran clau en els mercats que, en un futur proper, vulguin esdevenir autèntiques locomotores de la dinamització i humanització dels espais urbans i de les que l'administració pública local i els propis operadors hauran de tenir en compte:



PRESENTACIÓ

El mercat d'Amposta, un motor econòmic i social de la ciutat

Valors de sostenibilitat

Els mercats alimentaris s'estan erigint com un referent de la compra i el consum responsable. La qualitat i la frescor dels seus productes els converteixen en el referent comercial de moltes famílies que, cada vegada més, volen consumir productes més saludables i de retruc cuiden la salut ambiental.

Valors de benestar

Els mercats no només actuen com a motors comercials d'una vila. Els mercats s'estan configurant com els motors socials i d'ecologia emocional dels municipis. Són espais on la interrelació humana entre persones i parades enforteix el benestar de les persones i la solidaritat ciutadana.

Valors educadors

Els mercats hauran d'anar apostant per la realització de nous programes, campanyes i accions destinades a la sensibilització pel que fa a la compra i el consum responsable. Fomenten l'estil de vida, els valors sostenibles, i dieta mediterrània, que els mercats i la ciutat educadora ha de promoure.

Valors culturals

La forta competitivitat actual també portarà als mercats a promoure noves línies de treball lúdiques i culturals. En general, tot allò que faci referència a promoure espais vius, d'identitat, una compra més lúdica, contribuirà a la seva dinamització i a l'enfortiment comercial dels seus operadors.

PRESENTACIÓ

Tecnologia, comerç i talent

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.

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

A més a més, la tecnologia i l'ús d'aquesta en el comerç no només té un sentit de millora competitiva sinó que tam bé incorpora elements que contribueixin a la millora de la qualitat de vida i de la relació amb la ciutadania.

El comerç junt amb la tecnologia es pot convertir en un dels altaveus més importants de la difusió de valors d'una ciutat.

En síntesi, la tecnologia ha de permetre la reducció de les friccions entre comerç i consumidor. La tecnologia ha de ser el mecanisme per generar un major valor als consumidors.



PRESENTACIÓ

Tecnologia, comerç i proximitat

La digitalització sostenible és un **procés a través del qual, qualsevol comerç pot iniciar un procés de transformació digital en el que les accions realitzades preservin el medi ambient i posin la mirada i el centre de les actuacions en les persones.**

És important que qualsevol comerç que vulgui introduir-se en el món digital no perdi mai de vista la importància de saber transmetre valors de responsabilitat social i sostenibles, fent ús, això sí, de les tecnologies com a mecanisme per assolir aquests objectius. Alguns dels valors que cal tenir presents dins aquest àmbit són els següents:

Transparència. Les persones consumidores busquen la interacció contínua amb els comerços. Cal, doncs, que qualsevol punt de venda disposi d'eines per interactuar a temps real i que ho faci amb transparència.

Humanització. En certa manera, la persona consumidora d'avui en dia cerca una nova experiència de compra molt més interactiva. La necessitat de fer que la compra sigui més divertida resulta essencial.

Rapidesa. Les tecnologies no han fet altra cosa que agilitzar la manera de comprar. Les persones consumidores disposen, cada vegada més, d'eines que els permetin actuar i prendre decisions de manera molt més ràpida.

Dissonànica. La tecnologia ha de contribuir a la reducció de friccions entre el consumidor i el procés de compra en els comerços.

Personalització. Les tecnologies permeten, cada vegada més, la personalització en el servei als consumidors. L'ús d'eines digitals permet una aproximació molt personalitzada molt ben valorada pels consumidors.



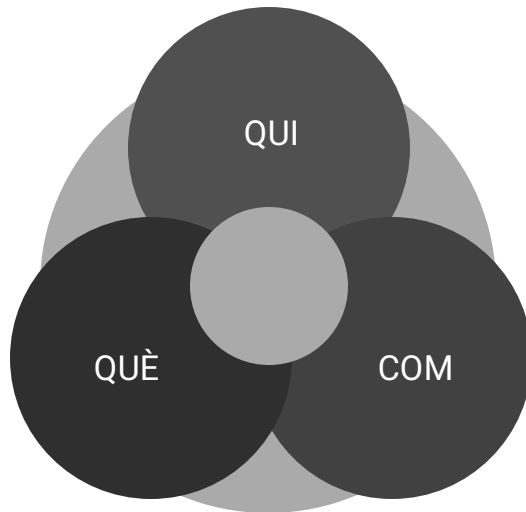
EINES PER A L'ESTRATÈGIA COMERCIAL

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ

EINES PER A L'ESTRATÈGIA COMERCIAL

Com definim el nostre negoci?

Un aspecte molt important que el nostre negoci ha de definir és el seu entorn competitiu. És a dir, si tenim clar que el nostre projecte no està orientat al producte i volem orientar-lo a la persona consumidora, cal que definim la necessitat o necessitats que volem satisfer.



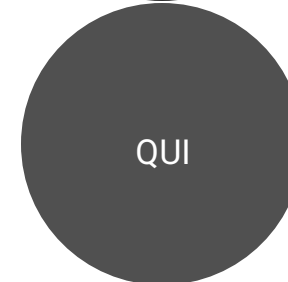
Un bon mètode és fer ús del gràfic adjunt, en què cal definir:

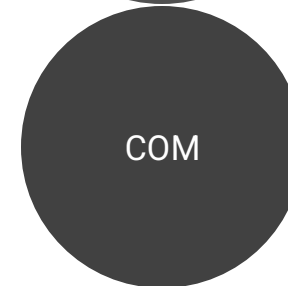
- *Qui* és la nostra clientela tipus? A *qui* volem dirigir-nos?
- Quina és la seva necessitat? *Quina* solució volem oferir a la nostra clientela?
- *Com* volem cobrir aquesta necessitat? *Com* ho volem satisfer?

Construeix el teu mercat de referència

Omple cadascun dels 3 camps i coneix el teu mercat de referència.







EINES PER A L'ESTRATÈGIA COMERCIAL

Com analitzem l'entorn del negoci?

El coneixement del nostre entorn comercial és un dels aspectes més importants si volem entendre que passa al nostre voltant.

L'anàlisi d'aquest entorn, també conegut com el model de les 4C's, pretén que obtinguem la informació necessària per poder definir la millor planificació futura del nostre punt de venda.

Val a dir que aquesta anàlisi és una fase de *recopilació* d'informació externa i interna d'un negoci. És el que anomenem una recopilació *descriptiva* on cal aconseguir la informació necessària per a la posterior presa de decisions dins el nostre comerç.

Una vegada més, el coneixement de l'entorn; el reconeixement del que passa al mercat resulta una base sòlida de molta informació que ens pot permetre prendre decisions molt més correctes i exitoses.

Cal tenir present que la base d'una bona decisió coneguda com la decisió correcta descansa en l'estudi i anàlisi del mercat.

El model de les 4 C implica un sistema d'anàlisi que inclou la identificació dels següents 4 àmbits. **T'hi atreveixes?**

EI NEGOCI: Identificar els aspectes claus que fan diferencial el nostre punt de venda.

EI CONSUMIDOR: Conèixer com és i com actuen les persones consumidores.

EI CONTEXT: Conèixer aquells factors que afecten o tenen alguna influència significativa en el nostre entorn més proper.

La COMPETÈNCIA: Definir les habilitats dels negocis que actuen com a la nostra competència.

EINES PER A L'ESTRATÈGIA COMERCIAL

Com analitzem la competència del nostre negoci?

En molts casos, l'èxit comercial depèn del que un negoci sigui capaç de fer en relació a la seva competència. Tanmateix, en molts casos, els negocis obvien la seva competència i es centren, en accions per impulsar únicament la venda.

Una bona manera d'entendre què passa en el nostre entorn és l'estudi de la competència. Per a fer-ho ens cal conèixer les següents 4 grans variables:

Apartats externs

- **Participació del mercat:** fa referència a la quota de mercat de què disposa un negoci en relació a la seva competència.
- **Posició en el mercat:** consisteix en el rol que un negoci ocupa en el mercat (si actua com a líder, com a seguidor, etc.)

Apartats interns

- **Punts forts:** els aspectes que incideixen de forma positiva en el comerç.
- **Punts febles:** els aspectes que incideixen negativament en el negoci.

Amb la identificació d'aquests punts, disposarem d'una fotografia sobre quina és la posició estratègica d'un negoci vers la competència. **Ho vols intentar?**

Analitza com és la teva competència

Omple cadascun dels 4 camps i coneix la teva competència.

Participació del mercat	Posició en el mercat
Punts forts	Punts febles

Conèixer l'entorn en què ens trobem resulta indispensable per poder construir una estratègia comercial òptima.

El mercat de referència és un instrument que ens ajudarà a definir el nostre mercat i com dirigir-nos-hi.

L'anàlisi DAFO és un mètode molt important per diagnosticar el nostre negoci. En l'àmbit previ a la digitalització, aquest instrument de diagnosi ens ajudarà a determinar les nostres febleses, els nostres punts forts, així com les amenaces i oportunitats empresarials.

Per tal de conèixer com és el nostre entorn, ens cal fer una radiografia acurada d'allò que passa, no només en el nostre negoci, sinó també a fora. L'anàlisi del nostre entorn més proper, així com sobre les pautes de conducta del consumidor i de la competència, resultaran claus per poder definir una millor proposta de valor empresarial.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ

Eines digitals per al comerç de proximitat

Els formats comercials que fan possible el comerç de proximitat de les nostres ciutats hauran de fer front als reptes de la modernització i la innovació, però sense perdre de vista els valors que li són propis com l'autenticitat, la tradició, el tracte personalitzat, la confiança, la proximitat,...

Així, si bé és cert que el comerç de proximitat mai esdevindrà plenament digital, sí que és notori que cada cop més s'haurà d'incorporar les eines tecnològiques i digitals tant en els punts de venda com en el seu relat i la seva manera de fer.

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

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

- 1 La missatgeria instantània
- 2 Les xarxes socials
- 3 Les plataformes de geolocalització
- 4 Les pàgines web
- 5 Les botigues online
- 6 Les aplicacions mòbils
- 7 Els butlletins electrònics
- 8 Les tecnologies al punt de venda

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

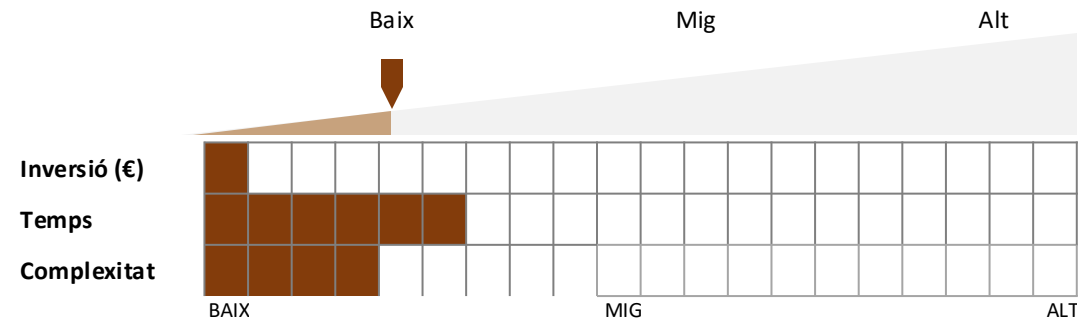
La missatgeria instantània

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 o fins i tot fer videoconferències.

Sabies que són eines apropiades per fidelitzar la clientela?



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- La inversió és 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.
- La dificultat tècnica és baixa.** La major part d'opcions que ofereix no presenten massa dificultat. Un cop plantejada una estratègia, el seu desenvolupament és senzill.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: 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...

Menjar preparat: imagina que a través del WhatsApp pots informar la teva clientela dels plats o menús del dia de manera que puguin fer la seva comanda i indicar l'hora en què la passaran a recollir. De ben segur que agrairan conèixer de primera mà i en exclusiva les teves propostes del dia.

Centre d'estètica: pots utilitzar la missatgeria instantània per donar a conèixer els serveis, productes i marques amb les quals treballes. Per mitjà del catàleg poden tenir informació actualitzada, amb fotografies i preus. Aquest canal també es pot emprar per a la reserva o recordatori de cites.

Pastisseria: com a servei personal, pots fer un llistat de contactes de la teva clientela i oferir-li, si així ho desitja, la possibilitat de fer les reserves a través de WhatsApp. Si la teva clientela realitza la seva comanda amb antelació, tindràs més temps per organitzar-te en funció de la demanda.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: 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 tenir ambdues apps al teu terminal vinculades a números diferents.
- | Whatsapp Business et permetrà crear un perfil de negoci en el qual podràs indicar informació relativa a l'adreça, el correu electrònic, xarxes socials...
- | Et permetrà disposar d'estadístiques **d'ús** de la teva clientela.
- | Des de <https://web.whatsapp.com> podràs iniciar la teva sessió en fins a 5 dispositius (el terminal mòbil on està instal·lat, ordinadors i tauletes)

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 en viar 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 agilitzar-ne les converses.
- | Per mitjà de les **etiquetes** o **l·listes de difusió** podràs organitzar comunicacions segmentades en funció del perfil de clientela i el seu vincle amb el teu negoci.



En aquest tutorial t'expliquem com treure millor rendiment de la missatgeria instantània 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 videotutorial i recorda que s'obrirà al navegador.

<https://drive.google.com/file/d/1WxcaOYi22hmeSzS-XFt7O-B7yw0WJJXi/view?usp=sharing>

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

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



Una xarcuteria-carnisseria d'Amposta vol oferir un servei molt més personalitzat a la seva clientela que permeti resoldre dubtes, facilitar la compra, generar valor al voltant dels seus elaborats càrnics i mantenir la clientela contínuament informada de qualsevol aspecte important.



Quins elements cal preparar?

- 1 Creació de perfil del negoci a Whatsapp:** inclou informació important per a la teva clientela (adreça, horari d'atenció, lloc web, xarxes socials i possibilitat d'entrega a domicili o no).
- 2 Organització de l'agenda:** cal etiquetar els contactes de WhatsApp amb paraules clau que permetin enviar missatges personalitzats a cada tipus de persona consumidora. Prèviament, necessitaràs conèixer quin és el comportament de la teva clientela i indicar que desin el teu número de telèfon al seu terminal per acompliment de RGPD.
- 3 Automatització de missatges:** programa el contingut del missatge a enviar fora de l'horari comercial, o en aquell horari que indiquis. Així, quan no tinguis disponibilitat per respondre, WhatsApp ho farà automàticament.



Quins beneficis et pot suposar?



Personalitza el servei: amb aquesta nova iniciativa, la xarcuteria-carnisseria millorarà el servei cap a la seva clientela.



Incrementa les vendes: l'ús de WhatsApp pot ajudar a donar conèixer i posar en valor els teus productes de valor afegit, els elaborats casolans que singularitzen el teu negoci.



Fidelitza la clientela: amb la introducció d'aquest servei, la xarcuteria-carnisseria estarà més present al dia a dia de la clientela, sense necessitat que aquesta s'hi personi sempre físicament al local.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES XARXES SOCIALS

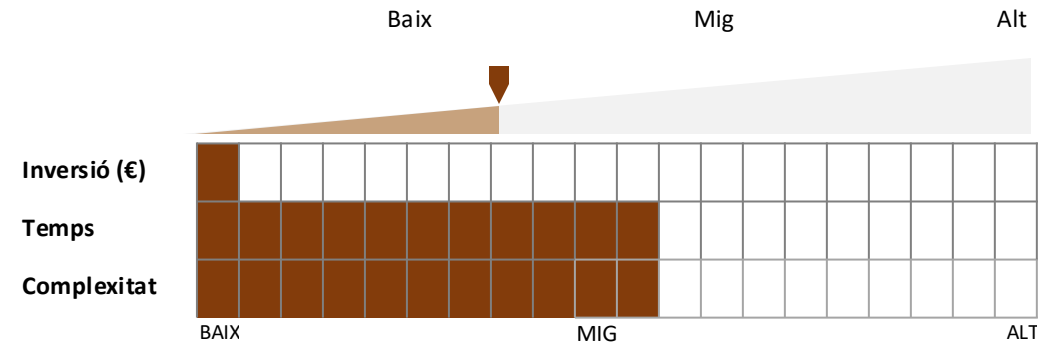
Les xarxes socials

A l'hora de donar visibilitat al nostre negoci, les xarxes socials són un immillorable espai per **promoure la relació amb les persones consumidores i establir relacions basades en el vincle emocional**.

Si bé és cert que les xarxes socials ens poden ajudar a vendre, la funció principal d'aquestes és generar una comunitat al voltant del nostre negoci. Són **espais que podem aprofitar per enfortir el relat al voltant del nostre 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 i objectius que ens plantejem).
- El temps de dedicació és mitjà.** Els canvis respecte als continguts que volen promoure les xarxes, fa que calgui dedicar força temps a la creació de vídeos i/o fotografies. Més enllà del temps dedicat, mantenir la constància i el ritme de publicacions és un fet cabdal.
- La dificultat tècnica és mitjana.** El disseny intuïtiu de les xarxes socials fa que siguin plataformes de fàcil ús, tot i que cal familiaritzar-se i una activitat constant per no perdre el fil de les darreres actualitzacions.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES XARXES SOCIALS

Com et poden ajudar a vendre les xarxes socials?

De la mateixa manera que a les botigues i els mercats les persones parlen mentre fan cua, les xarxes socials també esdevenen un espai en què aquestes 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 negoci 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, permet estar en contacte amb el públic objectiu de manera constant.



Et donem algunes idees...

Moda dona: en el cas d'un punt de venda dedicat a la moda, les xarxes poden utilitzar-se com a catàleg promocional de l'oferta comercial. En aquest tipus de comerç, les xarxes poden ser un bon espai on compartir idees de compra, fer propostes per combinar roba i complements.

Fruits secs: pots aprofitar les xarxes per a fer visibles la història i/o procedència del teu producte, tot compartint informació com els processos de producció d'alguns productes. Això et permetrà connectar amb els teus seguidors i transmetre el teu missatge de manera més efectiva.

Pesca salada: aprofitant les xarxes socials pots realitzar publicacions amb consells i recomanacions sobre com conservar els productes, *tips* per a realitzar diferents elaboracions amb els teus productes, cuina d'aprofitament, entre d'altres.



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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES XARXES SOCIALS

De les xarxes socials t'interessa saber...

Sabies que...

- | Avui ja sabem que un petit percentatge de **les vendes neixen de fotos i vídeos** que es visualitzen a les xarxes socials.
- | El comerç i el mercat d'Amposta pot aprofitar les xarxes **per a fer visibles els seus productes** i captar l'atenció de la clientela.
- | Un element molt important en qualsevol publicació a les xarxes en són la qualitat dels continguts, les fotografies i els vídeos que creem.
- | Tingues present que quan es publica informació a les xarxes socials, **s'està transmetent un missatge**. Intenta que aquest missatge vagi alineat amb els teus objectius i la teva proposta de valor.
- | Connecta amb la teva clientela **a través d'una història**, reforçant així el relat comercial del teu negoci.

Tingues present que...

Facebook i Instagram són dues xarxes que disposen de mecanismes de venda a través de les seves plataformes.
Els vols conèixer? Te'ls presentem a les pàgines següents.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES XARXES SOCIALS

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

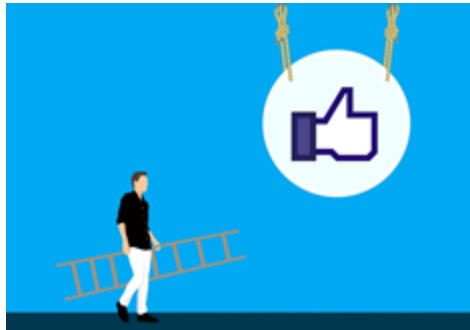
	T'ajuda a...	Com ser-hi?	Costa diners?	Alerta amb...
  Facebook Marketplace	Comercialitzar productes, directament, sense necessitat de tenir una pàgina de negoci. Està pensat com un entorn de publicacions per a particulars, i no preveu que s'hi realitzin pagaments.	Accedeix a https://www.facebook.com/marketplace a través d'un perfil personal. En la publicació no s'identifica el negoci. El contacte es deriva cap a Facebook Messenger.	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, 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, trobar nova clientela o generar vendes del catàleg. - Pots segmentar l'objectiu de les teves publicacions en funció de les teves necessitats (edat, gènere, àrea geogràfica, interessos,...). - A través de la teva clientela, optar per aquesta opció et permetrà interactuar i contactar, amb públics similars. - Pots establir un pressupost màxim d'inversió (diari, setmanal o mensual).
  Facebook Pàgina de negoci	Disposar d'un espai en una xarxa social de referència, on pots anar publicant informació relativa a la teva parada: 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.	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: 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 el valor del que fas i dels valors amb què t'alinees en el teu punt de venda i respecte l'encaix del teu negoci. Per mitjà de fotografies, <i>reels</i>, <i>stories</i> i els àlbums d'històries destacades, els directes i les col·leccions de publicacions crea contingut que capta l'atenció de la teva clientela i públic similar. També es poden mostrar productes, recomanar-los i interactuar amb les persones seguidores.	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. Hi ha dues maneres de compartir enllaços en aquesta xarxa disponibles, des de no fa gaire, per a tots els perfils: a la descripció o <i>bio</i>, o a les <i>stories</i> amb el botó d'afegir enllaç.	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 creada prèviament. 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. Aquestes publicacions hauran de ser de qualitat, molt visuals i prioritant el format vídeo per tal de connectar amb els teus <i>followers</i>. Si els continguts s'alineen a la teva proposta de valor podràs millorar l'interès de la clientela envers els teus productes i serveis.

Saps que són els hashtags?	Coneixes el programador de Meta?
Els <i>hashtags</i> són paraules o grups de paraules precedides d'un “#” i que s'utilitzen a les xarxes per classificar continguts i per augmentar l'abast de les publicacions. Els <i>hashtags</i> els pots utilitzar per parlar sobre temàtiques, esdeveniments i tendències del teu sector. Un exemple de # que pots emprar: #AmpostaCiutatComercial	Una de les darreres eines que ofereix la plataforma és un programador de publicacions que permet preparar els continguts i indicar el dia i hora en què vols que es publiquin. Per mitjà de Meta Business Suite per a ordinadors pots planificar les publicacions i històries que vols que es publiquin a Facebook i Instagram, sempre i quan les tinguis vinculades.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES XARXES SOCIALS

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



Una sabateria es planteja crear un perfil a Instagram. Els seus objectius són, per una banda, informar respecte les marques de confiança amb les que treballa i, per l'altra, donar visibilitat a la seva botiga per tal que persones de fora d'Amposta la coneguin i es vegin atretes a comprar-hi. Amb aquesta acció es vol iniciar en el món digital.



Quins elements cal preparar?

1

Creació del perfil a la xarxa social amb la informació bàsica del negoci (adreça, correu, web). Informació de la creació d'aquest nou perfil entre la seva clientela (pot posar un cartell a la botiga, a la capçalera 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 i consells de fotografia, creació de concursos i enquestes que incentivin la participació.

3

Avaluació sobre com aquestes accions han sumat seguidors, com han interactuat i participat de les propostes proposades (concursos, enquestes,...). Donar resposta als comentaris i missatges de les persones seguidores (genera una bona reputació i confiança per part de les persones seguidores).



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 teves 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 pel teu negoci.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES PLATAFORMES DE GEOLOCALITZACIÓ

Les plataformes de geolocalització

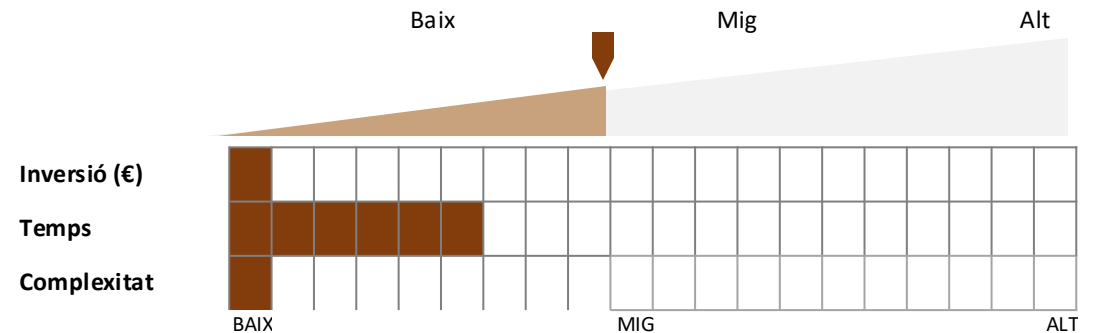
Les plataformes de geolocalització posen els negocis al mapa. Així doncs, tot partint de la localització geogràfica, habiliten fitxes que mostren els trets principals del negoci.

Les diferents plataformes disponibles, tenen previstes, a més a més, altres funcionalitats com ara oferir informació respecte com arribar, com contactar amb el negoci, mostrar fotografies realitzades per la clientela o la propietat, així com deixar constància de ressenyes rebudes, entre d'altres.

Un fet positiu d'aquestes plataformes és la **capacitat que tenen d'associar negocis amb productes i/o serveis**, essent un element a considerar respecte la visibilitat del negoci als mitjans digitals.

Aquesta és, per tant, una eina idònia per **donar a conèixer un negoci, rebre opinions i captar nova clientela**.

Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- | **La inversió és molt baixa.** La inversió econòmica en l'ús d'aquestes plataformes sol ser molt baixa, la generació d'informació no té cost
- | **El temps de dedicació és mitjà.** En general, el temps és mitjà, tot i que aquest depèn de l'ús i del dinamisme de la fitxa.
- | **La dificultat tècnica és baixa.** Solen ser aplicacions o pàgines molt intuïtives i senzilles d'entendre de manera que la dificultat generada és més aviat baixa.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES PLATAFORMES DE GEOLOCALITZACIÓ

Com et poden ajudar a vendre les plataformes de geolocalització?

La gestió de la fitxa del teu negoci a les plataformes de geolocalització et pot ser d'ajut per:

Millorar la visibilitat del negoci i la seva notorietat.

Permeten que la clientela et localitzi amb facilitat a la vegada que els permet escriure opinions, tot forjant la teva reputació a la xarxa.

Mostrar els teus serveis i/o productes generant més confiança

El fet de gestionar correctament les imatges d'aquestes plataformes permet, d'una manera molt visual, conèixer els productes o serveis oferts.

Captar nova clientela interessada en els productes/serveis.

D'una bona gestió de la fitxa es pot derivar un bon posicionament en les cerques realitzades, captant així l'atenció de nova clientela.



Et donem algunes idees...

Mercat d'Amposta: la

geolocalització ajuda a ensenyar la diversitat de parades que té així com indicar els elements singulars i de valor afegit del mercat, com ara el producte local. A més, per mitjà de les opinions que van afegint els turistes, es fomenta el consum i la compra de mercat.

Pizzeria: la gestió de la fitxa de negoci permet que apareguis a les cerques de persones que busquen establiments de restauració tant a Amposta com al delta. El fet d'incorporar la funció de trucar o enviar missatge farà que de manera senzilla es posin en contacte amb tu demanant taula.

Moda infantil: per mitjà d'una bona estratègia a l'hora d'emprar paraules clau en la descripció i els comentaris que realitzes a la fitxa, aconseguiràs aparèixer als resultats quan les persones cerquin alguna de les marques de roba amb les que treballes.



>> De ben segur que per mitjà de la informació que apareix a la teva fitxa aconseguiràs captar l'atenció de nova clientela.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES PLATAFORMES DE GEOLOCALITZACIÓ

De les plataformes de geolocalització t'interessa saber...

Sabies que...

- | En moltes ocasions la fitxa del teu negoci, i la informació que conté aquesta, és **el primer que troba una persona usuària** al buscar el nom del teu negoci als principals cercadors d'Internet o a plataformes especialitzades.
- | Les opinions generades per la pròpia clientela i recopilada per aquestes plataformes **tenen un pes molt més important en la decisió de compra i/o vista per part de la persona consumidora.**
- | **I recorda!** Aquestes plataformes t'ajuden a posicionar-te de manera més senzilla per davant d'establiments amb els comparteixes categoria comercial.

Tingues present que...

La majoria de les plataformes requereixen que des d'un compte de correu electrònic es reclami la verificació d'una fitxa que, segurament, ja existeix en la plataforma.

La informació hi és, la qüestió és si tens les eines apropiades per gestionar-la!

Saps quines són les principals plataformes?

Tot i que n'hi ha diverses, les plataformes més populars i emprades són **Google Business Profiles**, abans coneguda com Google My Business, **Bing Places** o **Waze**. No podem oblidar les APP de reputació en línia especialitzades: **Trip Advisor** i **The Fork**, dues de les millors referències per a establiments de restauració.

Crea el teu propi perfil. Geolocalitzat!

Encara no disposes del perfil del teu negoci? Saps que si no el tens, les persones consumidores ho tindran més difícil per trobar-te?

Clica en el següent enllaç i crea el teu propi perfil.

<https://www.google.com/business/>

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES PÀGINES WEB

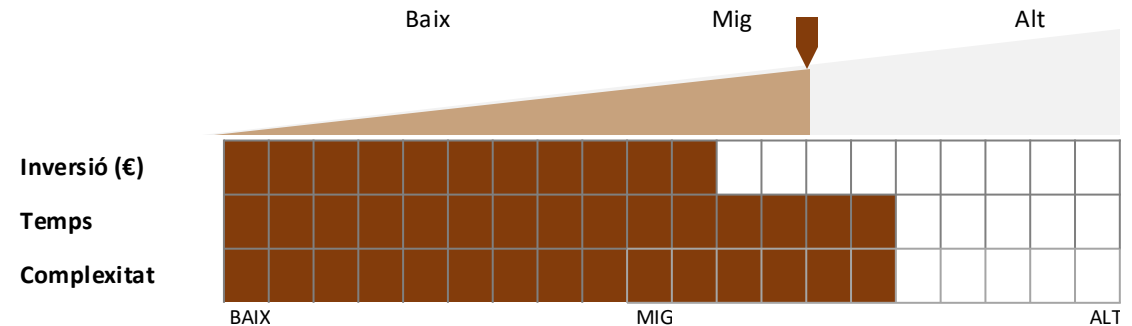
Les pàgines web

Una pàgina web és un espai a Internet que fem servir com l'**aparador digital del nostre negoci**.

De fet, pot convertir-se en un immillorable aparador, 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, la nostra parada del mercat,...



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 a la 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: LES PÀGINES WEB

Com et pot ajudar a vendre una pàgina web?

La disposició d'un espai web et pot permetre:

Disposar d'un catàleg amb tota l'oferta comercial.

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

Millorar la imatge del negoci i la seva solvència.

Una 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 lloc web és la creació de continguts que consolidin el missatge comercial i la credibilitat del teu punt de venda.



Et donem algunes idees...

Pastisseria: disposar d'una pàgina web que serveixi com a carta dels teus productes, receptes i continguts audiovisuals. Això permetrà construir una millor imatge del teu negoci, augmentar-ne la visibilitat i la difusió i establir un nou canal de comunicació amb la clientela.

Llibreria: a través d'una pàgina web pots donar a conèixer a la clientela els llibres de què disposa la llibreria, col·leccions, autors, novetats o zona outlet dels llibres descatalogats. D'aquesta manera facilites a la persona usuària el procés de compra tot obtenint una bona imatge i reputació.

Relotgeria: constar d'una web on es presentin els productes, els serveis oferts i amb quines marques de rellotges es treballa. Amb aquesta estratègia podràs enfortir la teva proposta de valor, millorar la teva imatge i consolidar el missatge comercial de la teva botiga.



>> Una pàgina web t'ajudarà a posicionar i millorar la teva imatge de marca.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES PÀGINES WEB

Dels espais web t'interessa saber...

Sabies que...	Pren nota de...	Amposta Comercial
- Si disposes d'una pàgina web, quan qualsevol persona et busqui, sempre li serà molt més fàcil trobar-te als cercadors. Un lloc web permet mostrar molta informació visual d'un punt de venda (imatge interior de la parada, instal·lacions, vídeos explicatius de l'oferta comercial...). - Una web permet disposar d'un espai unificat amb les dades de contacte i els perfils del negoci a les xarxes socials.	- Si vols crear el teu propi espai web i mantenir-lo actiu tingues present que tenen certs costos de manteniment i de temps. - No cal que tots els negocis tinguin una web. Si no vols disposar d'una web amb informació bàsica, pots fer ús d'aplicacions gratuïtes que cobreixen algunes de les mateixes funcions (<i>mira a l'apartat corresponent d'aquesta guia</i>). La seguretat a Internet és molt important. Si disposes d'una web sempre necessitaràs un suport tècnic.	Coneixes Amposta comercial? (https://www.ampostacomercial.com).

Tingues present...

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



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES PÀGINES WEB

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



El Mercat Municipal d'Amposta disposa de parades amb un producte fresc i local molt atractiu. El peix fresc de la zona, els productes locals com el vi i l'oli en són alguns dels exemples. És en aquest context on la creació d'un portal web que doni a conèixer l'oferta de productes de cada parada així com els horaris, resulta molt atractiu per difondre la seva oferta comercial.



Quins elements cal preparar?

1

En primer lloc, amb la creació del web caldrà pensar molt bé els productes que es volen mostrar, així com la informació que es vol compartir. El nom dels productes, els serveis i els horaris seran elements essencials.

2

Per tal que el web transmeti la proposta de valor del Mercat Municipal, haurà d'indicar amb claredat tota l'oferta de productes dels que disposa el mercat municipal d'Amposta.

3

Caldrà definir un disseny atractiu a partir d'un conjunt de grafismes i d'imatges que generin una imatge atractiva, en consonància amb el valor del comerç i que difonguin tota la seva oferta comercial.



Quins beneficis li pot aportar?



Actualització de l'oferta: el nou espai web pot actuar com un catàleg digital que es pot actualitzar continuament afegint els canvis que creguis més oportuns.



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.



Innovació: L'actualització d'una web permet que qualsevol comerç pugui transmetre una millor imatge d'innovació. Només cal una mica de temps i ganes de donar a conèixer tota la nova oferta de productes i serveis que podem oferir.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES BOTIGUES ONLINE

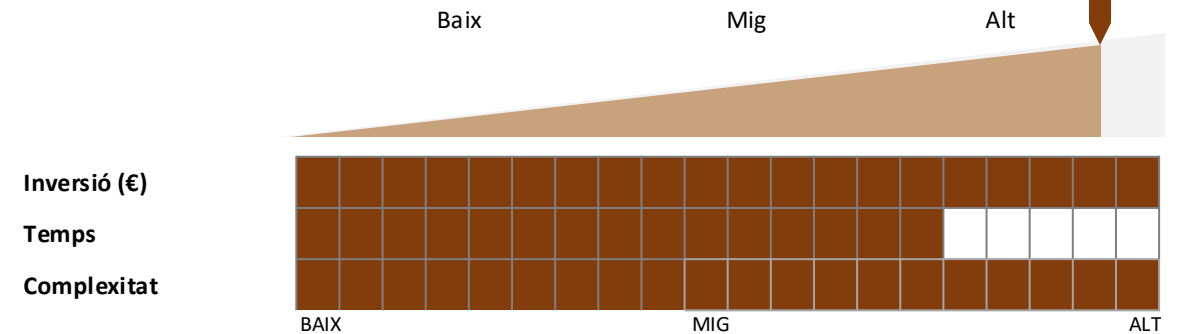
Les botigues online

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 negoci pot crear la seva pròpia botiga online, tot i que també **disposa d'alternatives per estalviar en inversió de recursos**.



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: LES BOTIGUES ONLINE

De les botigues online t'interessa saber...



Sabies que...

- | Per ser competitiu a través de les botigues online **és recomanable disposar de productes singulars, ja que** així tindrem major capacitat de diferenciar-nos de la competència.
- | Una botiga **online et permetrà ser més eficient i millorar la teva presència digital.**
- | **Et permet ampliar l'àrea d'influència** de les pròpies parades dels mercats i ampliar l'horari d'activitat sense estar presents a la parada.

Pren nota de...

- | De la mateixa manera que en una parada 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 seu bon funcionament i respondre, de manera ràpida, a possibles incidències.

Tingues present...

Les botigues en línia tenen un cost elevat i requereixen una forta inversió per tenir un bon posicionament.

El seu esforç més important rau en la dedicació constant per tal que la pàgina estigui actualitzada.

Hi ha eines de gestió interna, software, que permeten sincronitzar les eines de control d'estoc i les botigues online.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES BOTIGUES ONLINE

Els marketplace dels mercats. Una oportunitat per a la millora de les vendes.



Principals beneficis del marketplace en el comerç i el mercat

- | **Major visibilitat.** Un marketplace comú dels mercats permetrà als seus concessionaris una major capacitat d'atracció i de generació de visibilitat entre els consumidors i la ciutadania.
- | **Ampliació de la clientela.** Aquesta plataforma de venda online conjunta pot permetre arribar a una tipologia de consumidors que no sol comprar en els mercats municipals de forma presencial.
- | **Major àrea d'influència.** De la mateixa manera, un marketplace comú ha de permetre que es pugui atraure clientela de noves zones geogràfiques que no solen comprar més enllà d'ocasions puntuals.



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES BOTIGUES ONLINE

Exemple pràctic. Com planificar una botiga online?



Una botiga de fruites i verdures ja disposa d'un espai web on proporciona informació en relació a l'origen del producte, aporta les dades bàsiques del punt de venda així com un catàleg dels productes amb els quals treballa. Davant la necessitat d'arribar a noves persones consumidores, es proposa l'adaptació del seu web cap a una botiga online.



Quins elements cal preparar?

1

En primer lloc, caldrà redissenyar el seu espai web i adaptar-lo per a realitzar la migració cap a una botiga online. En aquest sentit, caldrà analitzar si els continguts actuals són els més idonis o cal donar una volta al missatge que vol transmetre.

2

La botiga online haurà de tenir en compte 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 de comandes i de servei a domicili.

3

Per últim, caldrà fer promoció de la nostra botiga online i ser present en els diferents canals que utilitzin les nostres potencials consumidores.



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 l'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: LES APLICACIONS MÒBILS

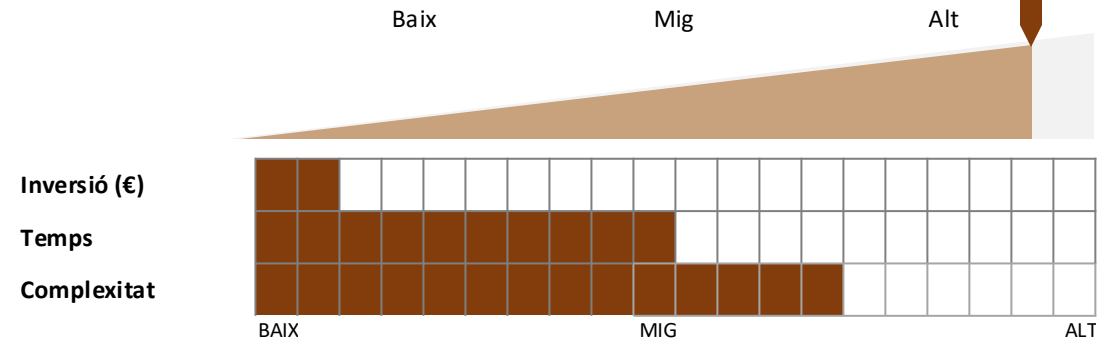
Les aplicacions mòbils

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 a la gestió del punt de venda. Tot seguit t'exposem aquelles que pots utilitzar com a mecanisme de suport en la teva gestió.



Quin esforç t'implica?



Principals característiques

- | **La inversió és baixa.** En general les APPS són escalades en funció de les necessitats o de l'ús, i per això solen ser de baix cost o, fins i tot, gratuïtes.
- | **El temps de dedicació és mitjà.** Tot i que en les fases inicials 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: 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 punt de venda així com els processos de gestió i compra.

Tanmateix, existeixen altres solucions tecnològiques per millorar l'eficiència en la gestió dels teus negocis. Bona part d'aquestes solucions són aplicacions que es poden gestionar des de dispositius mòbils. 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 negoci. ***Les vols conèixer?***

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

Què són?



Codis QR

Un codi QR és un codi de barres que la clientela pot llegir a través de la càmera dels seus dispositius mòbils. Els codis QR et poden permetre un ampli ventall de possibilitats: els pots utilitzar per enllaçar el codi a una web, per dirigir-los a la carta del teu propi restaurant, per crear promocions,...

Beneficis pel teu punt de venda

Els codis QR tenen com a objectiu principal la interacció amb cada persona. A partir de diferents codis QR repartits en diferents punts d'un negoci, una persona pot accedir a la informació que li vulguis fer arribar: informació específica, promocions...

Són, per tant, són una eina que poden enriquir l'experiència de compra de la persona compradora i es pot utilitzar per múltiples idees comercials.

Escaneja els
codis i
descobreix
Amposta!



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES APLICACIONS MÒBILS

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



App de
pagament

Què són?

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 negocis com entre particulars.

Beneficis pel teu punt de venda

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'hi ha d'altres. Entre les més conegudes segur que et sonarà PayPal o Verse.

Ara que ja coneixes com escanejar un codi QR, pots entrar i descobrir les plataformes de pagament



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

	Què són?	Beneficis pel teu punt de venda
 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 una 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 en algun lloc visible del teu negoci 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. Una parada de mercat les pot utilitzar per a emmagatzemar imatges de productes, catàlegs, llistats de productes així com compartir-los amb la clientela.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

	Què són?	Beneficis pel teu punt de venda
 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. La major part disposen de versions gratuïtes i de pagament.
 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 punt de venda disposa de pàgina web, pot optar per crear un xatbot que ajudarà a fer que la seva clientela pugui iniciar una conversa, a qualsevol moment del dia. Els xatbots poden ajudar a donar respostes immediates pel que fa a informació sobre dubtes sobre productes, horaris i altres qüestions del mateix negoci.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES APLICACIONS MÒBILS

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

	Què són?	Beneficis pel teu punt de venda
 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. Se centren en agilitzar el procés de publicar continguts a les nostres xarxes i permeten gestionar les publicacions.	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 estan tenint més èxit, quines hores són les més propícies per a realitzar les teves publicacions.
 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 es 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: ELS BUTLLETINS ELECTRÒNICS

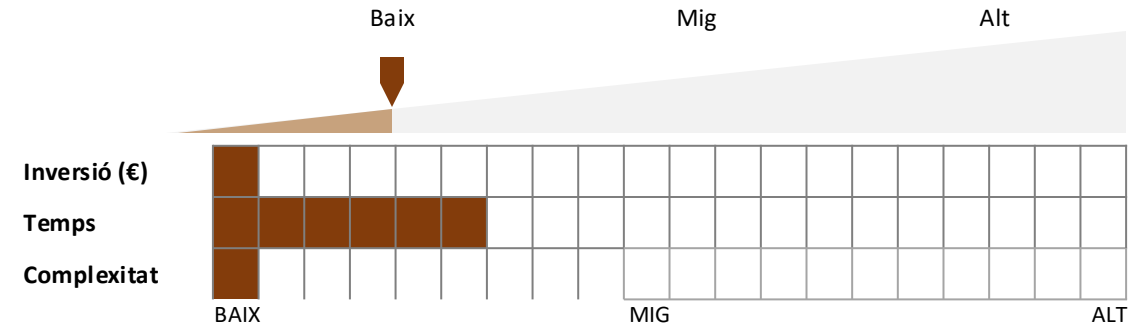
Els butlletins electrònics

Els butlletins són mitjans de màrqueting directe que permeten la difusió i promoció d'un negoci **a través de les adreces de correu electrònic**.

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

Això sí, cal disposar, sempre, de l'autorització per part de les persones receptores i respectar la normativa vigent al respecte.

Quin esforç implica?



Principals característiques

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

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: ELS BUTLLETINS ELECTRÒNICS

Com et pot ajudar a vendre un butlletí electrònic?

Un butlletí et permetrà facilitar el contacte més directe i personalitzat amb la teva clientela. A més:

Donar a conèixer la teva oferta i impulsar la venda.

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

Oferint serveis i generant valor a la clientela.

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

Pots establir un contacte molt personalitzat.

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



Et donem algunes idees...

Electrònica: aquest tipus de negoci pot disposar d'un butlletí com a eina per informar d'ofertes en els productes o en algun servei especial. Pot utilitzar el mateix enviament per donar a conèixer novetats en l'àmbit tecnològic o electrodomèstics.

Joieria: pot disposar d'un butlletí per informar dels productes de la temporada, de les noves col·leccions que han sortit a la venda o de les tendències i combinacions de joies. L'ús del butlletí ajudarà a incentivar que la clientela vulgui comprar en la seva botiga.

Acadèmia: una acadèmia d'idiomes o de qualsevol altra activitat divulgativa, pot utilitzar els enviaments per correu electrònic per tal d'informar de nous cursos, de novetats educatives, així com d'espais per donar a conèixer jocs, activitats...

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: ELS BUTLLETINS ELECTRÒNICS

Dels butlletins electrònics t'interessa saber...

Sabies que...

- | Els butlletins són un fantàstic **canal per mantenir un contacte personalitzat i continu amb la clientela.**
- | Per disposar de bons resultats, cal que disposem d'una plantilla amb una imatge comercial ben atractiva.
- | Els butlletins poden ser molt efectius si els **utilitzem com a canal, no només de venda, sinó també de relació i de generació de continguts.**
- | Els butlletins poden ser un espai idoni per **redirigir** a la persona receptora **al nostre web, xarxes socials...**

Tingues present que...

- | Per a projectar un bon butlletí és necessari disposar d'un programari específic d'enviament de correus electrònics. Tot i que n'hi ha diversos, la plataforma mailchimp és una de les més utilitzades.

Pren nota de...

- | Per tal de fer ús d'aquest mitjà ens cal disposar d'una base de dades prèvia amb el correu electrònic i nom de les persones. **És imprescindible que disposem de la seva autorització per rebre aquests correus.**
- | És molt important que **complim la legislació vigent** i que sempre tinguem el permís de la clientela així com donar en tot moment la possibilitat de donar-se de baixa de les comunicacions.
- | És recomanable **no fer un ús excessiu d'aquest mitjà si no volem que la clientela se'n cansi i deixi de voler rebre més comunicacions.**

Descobreix les plataformes d'enviament



EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES TECNOLOGIES APLICABLES AL PUNT DE VENDA

El rol de la tecnologia en la millora de la competitivitat comercial

Tradicionalment, el comerç ha estat un sector sotmès a diverses i múltiples pressions que han derivat en la necessitat constant dels agents a adaptar-se per tal de millorar la seva capacitat competitiva.

El context actual està marcat per la convivència amb la tecnologia, marcat per la digitalització de la societat i la població consumidora, en concret, ha posat de manifest que **el comerç necessita evolucionar i establir aliances amb els avenços tecnològics** per tal de millorar la marxa dels negocis i la pervivència del model comercial de les nostres ciutats.

Aquest apartat vol servir per donar a conèixer diferents solucions tecnològiques que no només són aplicables al sector comercial, sinó que també tenen capacitat per esdevenir aliades d'aquest per mitjà de potenciar els seus trets característics i el seu rol en la consolidació del fet urbà i la millora econòmica a escala local.

De quines tecnologies puc disposar en el meu punt de venda?

- 1 Cartelleria digital
 - 2 Cartelleria digital interactiva
 - 3 Sistemes de projecció
 - 4 Analítica d'audiència
 - 5 Contapersones
 - 6 Fil musical
 - 7 Dispositiu de valoració
- 

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES TECNOLOGIES APLICABLES AL PUNT DE VENDA

De quines tecnologies pots disposar al teu negoci?

	Què és?	Beneficis pel teu negoci
 Cartelleria digital	Tecnologia per a la mostra de contingut visual mitjançant pantalles.	El fet de tenir la carta de productes amb el seu corresponent preu t'ofereix la possibilitat de fer modificacions d'estoc i preu al moment sempre que així ho necessitis. Les possibilitats són moltes! També es poden projectar vídeos o animacions i grafismes sobre el teu producte o que reforcin el teu relat comercial. 
 Cartelleria digital interactiva	Tecnologia per a la mostra de contingut visual mitjançant pantalles, que es caracteritza, a més a més, per ser tàctil.	La cartelleria digital es pot vincular amb altres solucions: - Sistema de codi de barres. Lector que llegeix els codis de barres dels productes i permet mostrar la informació que es cregui necessària (característiques, descomptes, etc.), vinculada a una o diverses pantalles. - Sistema de gestió de cues. Dispositius que permeten l'organització de torns.
 Sistemes de projecció	Projecció o llançament de contingut audiovisual sobre múltiples suports com ara sobre les parets o sostre, sobre lones enrotllables, etc.	En funció dels elements projectats i la dimensió d'aquests permet crear des de punts d'atenció concrets a experiències immersives al propi punt de venda. 

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES TECNOLOGIES APLICABLES AL PUNT DE VENDA

De quines tecnologies pots disposar al teu negoci?

	Què és?	Beneficis pel teu negoci
 Analítica d'audiència	Tecnologia que recopila informació (franja d'edat, temps de visualització de la pantalla, capacitat d'atracció, etc.) per mitjà de la interpretació del comportament de les persones que passen per davant dels dispositius.	Aquesta tecnologia t'oferirà tot un seguit de dades i informes. Aquestes dades, un cop interpretades, et poden ajudar a impulsar mesures molt més personalitzades segons els grups de persones consumidores que passen pel teu propi negoci. 
 Contapersones	Solució que es compon de detectors de moviment que permeten registrar el nombre de persones i moment en el qual passen per una zona.	D'una manera molt similar al que passava en el punt anterior, aquesta tecnologia t'oferirà tot un seguit d'informació que, amb posterioritat, la podràs fer per dissenyar accions de comunicació i promoció molt més específiques i concretes.
 Fil musical	Tecnologia que processa senyals d'àudio i contribueix a la creació d'una experiència immersiva, i amb capacitat per connectar-se, entre d'altres, amb el contingut audiovisual.	Amb l'objectiu d'enriquir l'experiència comercial, es poden triar diversos estils i ritmes musicals per les diferents franges horàries en què l'establiment és obert. Com ara, a tall d'exemple, música més relaxada per les primeres hores o la franja de migdia, i música més estimulante pels dies de més moviment comercial.

EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ: LES TECNOLOGIES APLICABLES AL PUNT DE VENDA

De quines tecnologies pots disposar al teu negoci?

	Què és?	Beneficis pel teu negoci
 Dispositiu de valoració	Element físic conformat principalment per una petita pantalla tàtil i un suport de peu que ofereix, a la persona visitant, la possibilitat de valorar la seva experiència.	Permet a les persones que visiten el teu punt de venda que, de manera autònoma, puguin deixar palès el seu grau de satisfacció amb l'estada i/o compra al teu negoci. 



- | **Ofereix informació en temps real.** Aquests quioscs o tòtems permeten recollir informació tot just quan s'està realitzant la compra en el punt de venda.
- | **Facilitat de gestió.** Fruït que la informació que es recull és la pròpia clientela qui la indica de manera autònoma té uns costos inferiors als d'altres sistemes de recollida de dades.
- | **Tecnologia en expansió.** És força habitual veure aquests dispositius a centres comercials, hotels, grans cadenes, etc, motiu que fa que les persones estiguin habituades a fer-les servir i mostrar el seu grau de satisfacció envers el negoci.

La tecnologia permet analitzar les persones que passen per davant d'un negoci. Aquesta informació t'ajudarà a identificar possibles mesures de difusió i promoció del teu comerç.

Els continguts que generem a les xarxes socials han de vincular-se a la nostra proposta de valor com a negoci. És important que aquests continguts siguin de qualitat.

Sabies que la ciutat de Barcelona ha creat un Laboratori de comerç de nova generació, el Barcelona Retail LAB". Aquesta iniciativa ha permès veure com la tecnologia pot contribuir a la millora de la competitivitat d'un negoci però també del seu valor social.

<https://www.readyfor.cat/retail-lab>

CONSTRUEIX LA TEVA ESTRATÈGIA DIGITAL

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ

CONSTRUEIX LA TEVA ESTRATÈGIA DIGITAL

Primeres passes per a la transformació digital

Tot que les eines digitals de les que disposem, aquestes s'han de saber utilitzar com coherència i sentit comú. Aspectes com la definició d'objectius, la qualitat dels continguts,... són elements que requereixen una estratègia clara i ben definida. T'indiquem, doncs, tot seguit, una sèrie de punts que cal que tingues present. Som-hi?

- 1. Perd la por a les tecnologies.** Analitza el teu negoci i pensa en com és. No tinguis por, i pensa en quin és el teu relat i els teus valors diferencials. 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 negoci (i tingues present que no és necessari implementar-les totes!).
- 2. Crea la teva pròpia estratègia digital.** Per desenvolupar-te en el món digital, has de dissenyar una estratègia en la que els objectius es trobin molt ben definits. Aquests s'han de marcar des de diferents punts de vista, tant de caràcter estratègic (gestió del negoci, el dia a dia) 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. Disposa de dades.** Tingues present que cal disposar de dades. Un dels aspectes a tenir present, és la disposició 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 és un punt clau de qualsevol estratègia per caminar cap a la transformació digital.

CONSTRUEIX LA TEVA ESTRATÈGIA DIGITAL

4. **Fes ús de les eines que t'ofereix la tecnologia.** Treballa amb les eines digitals existents. Per exemple, comprova que estàs geolocalitzat. Com hem vist en aquesta guia, la societat avui dia 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 de geolocalització aportaran un extra de visibilitat al teu negoci que no tindries si només estàs present a peu de carrer. De la mateixa manera, has pogut comprovar que les xarxes socials són més que un lloc de relació. Revisa que estiguis present a les principals xarxes socials, que les tinguis actualitzades amb la informació del teu negoci i que les dinamitzes a través de publicacions..
5. **Genera continguts atractius.** Ja tens les eines digitals preparades? Doncs ara toca pensar en els continguts. recorda que aquests han de ser de qualitat i han de vincular-se a la identitat i la proposta de valor del negoci. Els continguts no només són per donar a conèixer els productes, sinó que pretenen generar valor a la nostra clientela. Aturat una estona i pensa en continguts que com a clientela del teu negoci t'agradaria rebre.
6. **Analitza la repercussió de les teves publicacions.** Realment funcionen? Cal canviar d'estratègia? Els continguts que publiquis 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.

CONSTRUEIX LA TEVA ESTRATÈGIA DIGITAL

- 7. Revisa la reputació en línia del teu negoci.** La teva reputació 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?

En el següent apartat hi trobaràs tot un seguit d'exercicis que t'ajudaran a comprendre millor la comunicació digital del teu negoci.



TEMPS DE PRÀCTICA

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ

TEMPS DE PRÀCTICA

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

1. Coneixes prou bé a la teva clientela? Saps quines són les característiques que defineixen a la teva clientela?

El context comercial actual es caracteritza per una sobresaturació d'oferta comercial. En general, són pocs els sectors en els que hi hagi una mínima competència comercial. L'excés d'oferta respecte a la demanda no ha fet més que construir un nou grup de persones consumidores, cada vegada més exigents i més ben informades. Aquest fet obliga que qualsevol negoci analitzi i defineixi, clarament qui i com és la seva clientela actual o potencial. Aquest procés s'anomena segmentació de mercats.

Creus, doncs, que coneixes prou bé la teva clientela?
Segmentes la teva clientela?

La segmentació de mercats és l'art d'agrupar la clientela que comparteix trets o característiques similars. Aquesta agrupació es pot fer basant-se en múltiples criteris de tipus demogràfic, geogràfic, per estil de vida, o donat el seu comportament vers el teu comerç... Una correcta segmentació ens permetrà, a posteriori, poder dirigir amb més garanties d'èxit, qualsevol missatge comercial que vuguem activar a través de les eines digitals.



TEMPS DE PRÀCTICA

Describeix com és la teva clientela i defineix quins criteris fas servir per segmentar:

Quins dels següents requisits tens en compte per a fer la segmentació?

☐

Homogenis

☐

Rendibles

☐

Mesurables

☐

Accessibles

Quins criteris de segmentació utilitzes en el teu negoci?

☐

Sociodemogràfiques

☐

Conducta

☐

Geogràfiques

☐

Psicogràfiques

Ara que ja has vist quins són els requisits i criteris de segmentació, vols començar a segmentar el teu mercat?

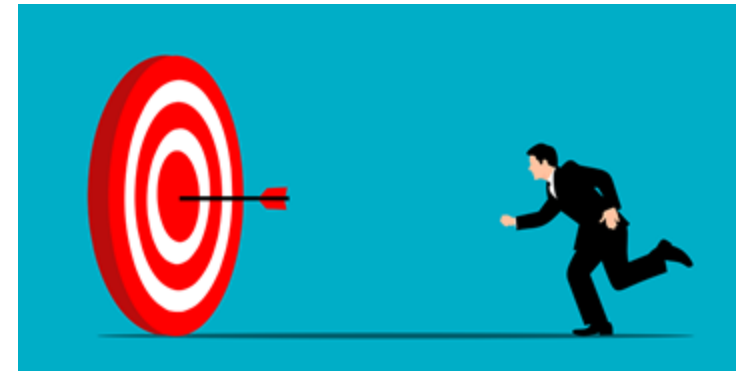
TEMPS DE PRÀCTICA

2. Tens definits els objectius del teu negoci?

Tot negoci ha de poder definir, clarament, quins són els seus objectius. El fet que un negoci tingui objectius clars i reals ha de contribuir a fer molt millor les coses. La dedicació d'una estona a identificar els teus objectius et facilitarà la feina.

Disposes d'uns objectius ben clars i definits?

El primer que ens cal tenir molt present és que el nostre comerç tradueixi la seva missió en objectius detallats per a cada nivell de gestió. Des de la visió de màrqueting, i seguint amb els aprenentatges assolits en aquesta guia, l'objectiu genèric és maximitzar la relació amb els nostres consumidors reals i potencials.



Escriu tres objectius que tinguis pensats per al teu negoci:

1
2
3

TEMPS DE PRÀCTICA

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

3. Estàs treballant en generar confiança per fomentar la fidelització de la teva clientela?

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

Creus, doncs, que estàs connectant amb la teva clientela? Hi parles contínuament?

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

TEMPS DE PRÀCTICA

**Reflexiona sobre tres
temes amb els que
podries interactuar amb la
teva clientela:**

**Quina necessitat estàs
cobrint amb el teu producte
o servei? Com milloren la
teva relació amb les
persones que compren?**

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

☐

Missatgeria instantània

☐

Newsletter

☐

Web pròpia

☐

Xarxes socials

☐

Aplicacions mòbils

☐

Webinars / videoconferències

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

TEMPS DE PRÀCTICA

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

Al llarg del present document, t'hem anat explicant la importància de ser present al món digital. Tal com has pogut observar, molts són els recursos digitals que la tecnologia posa a l'abast de qualsevol comerç.

Un d'aquests recursos són les aplicacions de geolocalització, petits programes informàtics tenen la capacitat d'ajudar la nostra clientela a trobar-nos més fàcilment, conèixer els nostres horaris comercials, així com, d'ajudar-nos a comunicar el nostre punt de venda. La geolocalització és una tecnologia amb un ús molt intuïtiu que t'ajudarà a guanyar clientela.

Tens en compte la geolocalització del teu punt de venda?

La utilitzes com a canal de comunicació del teu comerç?

Describeix les aplicacions de geolocalització que estàs utilitzant per donar una major visibilitat al teu comerç:

TEMPS DE PRÀCTICA

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

Quins dels següents aspectes estàs utilitzant per millorar la teva geolocalització?

☐

Informo de canvis d'horaris

☐

Faig un seguiment de les ressenyes de la meva clientela

☐

Penjo fotografies de nous productes

☐

Analitzo les estadístiques que em proporciona

☐

Informo del telèfon del negoci

☐

Informo del web del negoci

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

TEMPS DE PRÀCTICA

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

Tal com hauràs pogut llegir, les aplicacions mòbils són petites eines informàtiques amb un gran poder per promoure la relació amb la clientela. D'aplicacions mòbils en podràs trobar de moltes tipologies diferents. Tanmateix, n'hi ha algunes que, per la seva temàtica i rellevància, et poden ajudar a millorar les teves vendes. Saps com? Doncs, informant de la ubicació del negoci, millorant la presentació dels productes, creant enquestes de satisfacció entre la clientela, dirigint la clientela a la web, o gestionant les dades internes del negoci.

Fas ús de les aplicacions mòbils per optimitzar la gestió comercial del teu punt de venda?

Enumera les aplicacions mòbils que utilitzes en el teu negoci:

TEMPS DE PRÀCTICA

Describeu quin ús fas de cadascuna de les aplicacions que tot seguit et proposem:

- ☐ Elaboro enquestes per conèixer la satisfacció de la clientela.
- ☐ Disposo de plataformes de pagament alternatives a les convencionals.
- ☐ Utilitzo els codis QR com a mecanisme per millorar la comunicació del negoci.
- ☐ Utilitzo aplicacions de productivitat per organitzar la gestió interna del meu negoci.
- ☐ Utilitzo aplicacions d'imatge per crear continguts visuals del meu punt de venda.
- ☐ Faig servir aplicacions d'edició de vídeos i fotografies pels perfils del meu negoci a les xarxes socials.
- ☐ Empro aplicacions que m'informen sobre la meva audiència a les xarxes, sobre l'abast de les meves publicacions i sobre l'interès que desperta el meu contingut.

Ja has respost? Quantes aplicacions utilitzes? Recorda que aquests petits programes informàtics et poden ajudar a millorar el dia a dia del teu negoci.

TEMPS DE PRÀCTICA

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

Des de fa un temps que els codis QR han pres rellevància com a mecanisme de vincular els elements físics amb els continguts digitals que poden proporcionar els negocis a la seva clientela.

Les possibilitats del QR són il·limitades, passant per mostrar la carta o el catàleg de productes, per informar sobre altres maneres de contactar i relacionar-se amb el negoci o, fins i tot, sorprendre amb contingut que, per exemple, està publicat a les xarxes socials. Tot allò que tingui un enllaç es pot traduir en un QR!

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

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

TEMPS DE PRÀCTICA

Quina necessitat estàs cobrint amb el teu producte o servei? Com milloren la relació amb la clientela?

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

☐

Promocions de productes

☐

Mostrar els teus perfils i/o contingut a les xarxes socials

☐

Mostrar la pàgina web del punt de venda

☐

Promoure enquestes de satisfacció entre la clientela

☐

Oferir el llistat de preus dels teus productes

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

TEMPS DE PRÀCTICA

7. Ja apliques els continguts apresos?

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

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

☐

WhatsApp

☐

Geolocalització

☐

WhatsApp Business

☐

Newsletters

☐

Instagram

☐

Aplicacions de pagament

☐

Facebook

☐

Web pròpia

TEMPS DE PRÀCTICA

8. L'ús de la tecnologia en un punt de venda

I ja per acabar! En aquesta guia has pogut conèixer tot un seguit de tecnologies que es poden utilitzar en un punt de venda. La seva correcta aplicació et pot generar beneficis relatius a la millora del coneixement del consumidor, a interactuar molt millor amb la clientela. En general, les tecnologies incorporen un element molt important que és la millora en les relacions comercials i l'atractiu del negoci.

Utilitzes alguna de les següents tecnologies en el teu punt de venda?

☐

Cartelleria digital

☐

Sistemes de projecció

☐

Cartelleria digital interactiva

☐

Analítica d'audiència

☐

Contapersones

☐

Dispositiu de valoració

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

REPTES FUTURS

GUIA DE SUPORT A LA
DIGITALITZACIÓ

REPTES FUTURS

Reptes essencials del comerç: proximitat, tecnologia i sostenibilitat

El comerç té la seva essència en la proximitat. El comerç de proximitat és un sector essencial a les ciutats. És un gran actor de relació social. Tot i així, el comerç necessita les eines digitals per adaptar-se millor als consumidors presents i futurs..

Construeix una estratègia alineada als teus objectius. Qualsevol negoci requereix la fixació d'uns objectius clars i d'un marc de referència clar. Determina què vens, a qui ho vens i com ho vols vendre.

Perd la por a la tecnologia. Parlar de tecnologia no ha de ser sinònim de por, desconeixença. Una de les característiques del món digital és la facilitat d'ús que presenta. Utilitza aquestes eines, ja que t'ajudaran a millorar el dia a dia del teu negoci.

Millora les teves 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.

Genera continguts atractius. Una de les bases de l'èxit de tota estratègia digital és la creació de continguts de qualitat. Utilitza les eines digitals per crear i difondre aquest contingut que reforci la teva proposta de valor.

Fes que el teu negoci sigui més sostenible. Una de les característiques de la tecnologia és la seva capacitat de promoure la sostenibilitat. L'ús d'eines digitals et permetrà optimitzar els recursos del teu negoci i et farà disposar d'un negoci més sostenible.

REPTES FUTURS

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 a la teva parada de mercat.

- | **Activitat comercial.** L'activitat comercial urbana fa referència a totes les activitats comercials en planta baixa que es troben ubicades en els espais urbans dels municipis. L'activitat comercial urbana està formada per comerços, serveis, activitats de restauració i qualsevol altre negoci ubicat en l'espai urbà.
- | **Diagnosi comercial.** Instrument metodològic per determinar les conclusions d'un determinat projecte. Tot i existir múltiples instruments de diagnosi, l'anàlisi DAFO és un dels més habituals i dels que millor ens poden ajudar a realitzar un diagnòstic acurat del comerç d'un municipi.
- | **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 digital.
- | **Mercat de referència.** S'entén per mercat de referència l'anàlisi de tres variables clau en màrqueting: el què, el qui i el com. El què fa referència a la percepció de compra de la clientela, el qui indica els segments de compra, mentre que el com fa referència a com ens relacionem amb la clientela.

REPTES FUTURS

Glossari de termes

| **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 qual dirigim la nostra oferta comercial requerirà eines i mitjans de comunicació diferents.

| **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.

| **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.

| **Pla d'acció comercial** Instrument de planificació i gestió que permet establir les mesures comercials que pot portar a terme un negoci. Requereix de camps com la fixació d'objectius, la descripció d'accions, el seu cost i termini d'execució.

REPTES FUTURS

| **Experiència d'usuari/a.** L'experiència d'usuari/ària 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 un negoci 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 en línia.** La reputació en línia la podem definir com el conjunt de comentaris positius, negatius o neutres que les persones consumidores fan de la nostra parada. 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.

| **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.

REPTES FUTURS

- | **Humanització digital.** S'entén el concepte d'humanització digital com la idea de fer ús de les eines digitals per generar continguts que expressin els valors del negoci. Valors que han de contribuir a la personalització i l'enfortiment dels llaços de relació entre negoci i persones consumidores.
- | **Omnicanalitat.** Oferta, per part del negoci, de diferents canals de comercialització físics i en línia. L'omnicanalitat està pensada per aproximar l'oferta comercial i de serveis a tots els targets comercials d'un negoci.

- | **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, 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.
- | **Màrqueting de continguts.** El màrqueting de continguts es centra en crear, publicar i compartir continguts i informació d'interès per al públic objectiu a qui 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.

REPTES FUTURS

Algunes referències bibliogràfiques

Autodiagnosi TIC. Una eina pràctica del Consorci d'artesanía i Moda del Govern català que pretén ajudar-te a determinar el teu grau de maduresa digital.

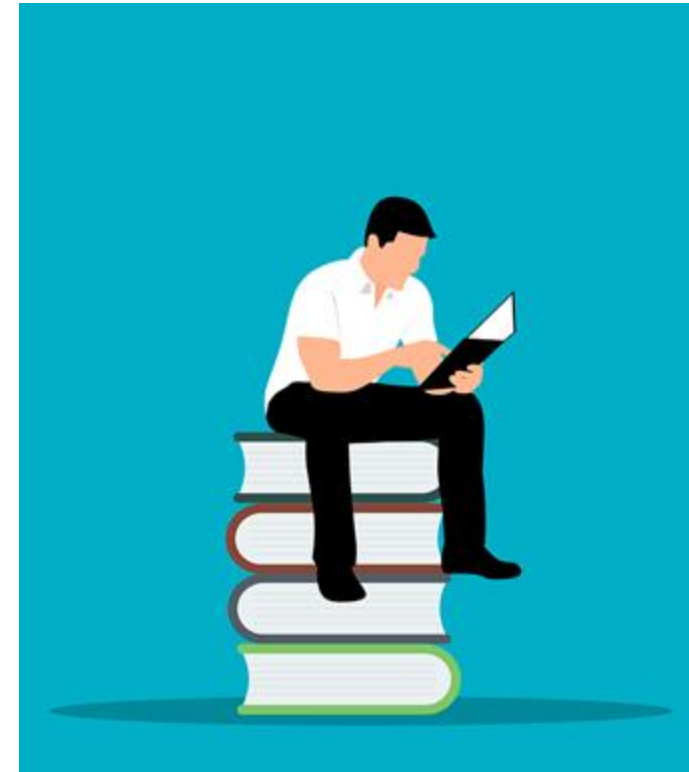
<https://ccam.gencat.cat/ca/serveis/autodiagnosi/>

Ciberseguretat. Un espai web en què trobaràs tota mena d'informació i recursos relatius a la ciberseguretat en un negoci.

https://ccam.gencat.cat/ca/arees_actuacio/comerc/transformacio_digital/cibers eguretat/

Eines tecnològiques per al comerç. En aquest cas es tracta d'un espai amb solucions tecnològiques per a punts de venda.

https://ccam.gencat.cat/ca/arees_actuacio/comerc/transformacio_digital/eines_tecnologiques/tech/



GUIA DE SUPORT A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ I EL MERCAT D'AMPOSTA