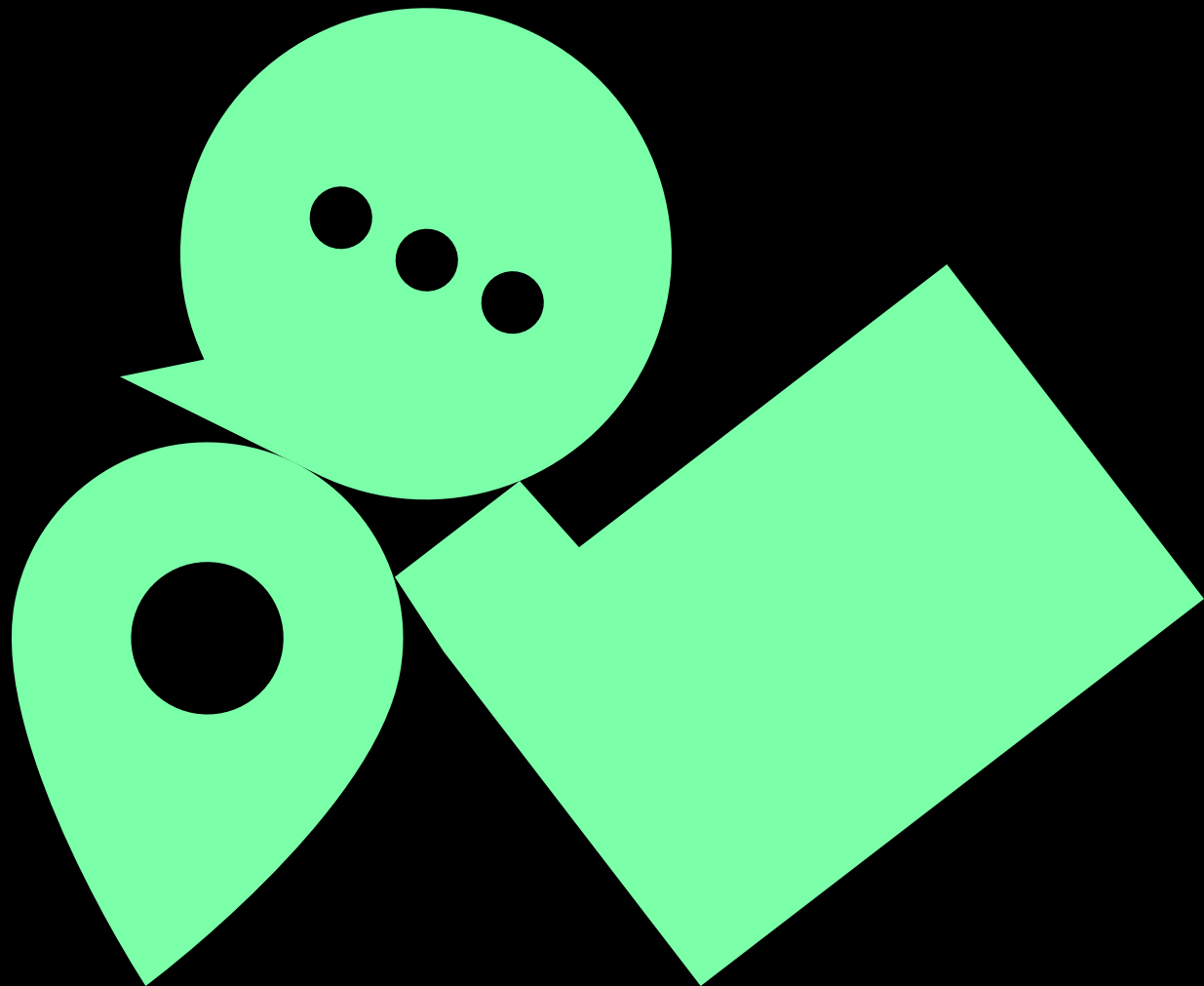


La digitalització en l'artesania

01

Idees pràctiques
per a la comunicació digital
del sector de l'artesania



Què és la digitalització i com pot ajudar a vendre?

La digitalització dels negocis l'hem d'entendre com un procés a partir del qual les empreses adopten un conjunt d'eines i mecanismes que els permet conèixer i relacionar-se d'una manera molt més directa amb el seu públic objectiu.

L'ús de les eines digitals és un procés que requereix temps i dedicació, però sens dubte, esdevindrà un dels reptes **més importants de qualsevol professional del sector de l'artesanía que vulgui disposar de nous canals de venda i relació amb la seva clientela.**

En el cas del sector de l'artesanía, la digitalització l'hem d'entendre com un procés a través del qual podem enfortir els valors que li són propis als nostres negocis, fent ús d'unes eines que cada vegada són més utilitzades per les persones consumidores.

Escolta el podcast!



Fes clic [aquí](#) per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador.

“La digitalització del sector de l'artesanía no passa només per la inclusió de tecnologies digitals, sinó que va més enllà. I és que l'ús de les eines digitals **també ens han de servir per millorar la relació amb la nostra clientela, per vendre més i millor, per millorar l'experiència de compra de l'usuari.** En general, doncs, les eines digitals, són un immillorable camí per comunicar qui som i què oferim”

Què és el màrqueting digital?

El màrqueting digital és el resultat de la transformació dels canals de comunicació tradicionals al món digital, possibilitant un nou model de relació entre les empreses i les persones, on en ambdós casos comparteixen informació en temps real.

Així, quan parlem de màrqueting o comunicació digital, no parlem d'estratègies per incrementar la venda, sinó que en realitat estem parlant de mecanismes que permetin enfortir la confiança i la relació d'un punt de venda amb la seva clientela, i qualsevol persona consumidora.

Tingues present que...

El màrqueting digital està orientat a obtenir una millor relació amb la clientela. Conèixer les necessitats i les inquietuds de les persones resulta clau per arribar a satisfer-les a través de les accions de comunicació que realitzem d'acord amb la nostra proposta de valor.

Les principals característiques que el defineixen són les següents:

- **És mesurable.** Les accions de comunicació digital ens permeten mesurar el seu impacte en la clientela.
- **Flexibilitat i dinamisme.** Les campanyes de màrqueting digital es poden modificar de manera molt ràpida segons quins siguin els resultats obtinguts.
- **Més econòmic.** Es poden promoure actuacions amb un cost econòmic més baix que no pas les accions de comunicació tradicionals (és el cas de la difusió dels nostres productes i serveis a través de les xarxes socials, comunicació dels nostres productes a través de missatgeria instantània).
- **Més concret.** Permet arribar a grups de persones consumidores amb característiques molt específiques (grups de consumidors amb estils de vida diferents, d'espais geogràfics més llunyans,...)
- **Permet crear una comunitat.** El màrqueting digital ens permet relacionar-nos de manera contínua amb les persones consumidores, generant així, majors vincles.

Com és i què busca la clientela digital?

Les noves tecnologies i la transformació digital de la societat han contribuït a generar molts canvis en la conducta de la ciutadania. Així, el teixit econòmic ha vist com els hàbits de consum de les persones evolucionen constantment i això modifica la forma en la que les persones consumidores decideixen què compren, quan ho compren i de quina manera ho compren. A continuació s'exposen algunes claus per entendre a la clientela digital:

- **Interactuen.** La comunicació digital implica una nova forma de relació de les persones consumidores amb les empreses i entre elles mateixes.
- **Híper connectats.** La persona consumidora està connectada permanentment a diversos dispositius, de manera que pot comprar qualsevol producte, en qualsevol lloc i en qualsevol moment del dia.
- **Busquen l'autenticitat i l'experiència.** Les persones consumidores opten cada vegada més per viure experiències enriquidores i memorables que aportin un valor afegit al procés de compra.
- **Proactius.** Creen i comparteixen informació, idees, opinions i continguts amb el seu entorn. Aquesta informació pot ser tant positiva com negativa.
- **Impacients.** Busquen satisfer les seves necessitats de consum de forma immediata i que el producte els arribi de la manera més ràpida possible.
- **Exigents i menys fidels.** Baixa tolerància als errors i sensibles a la qualitat dels productes o serveis. Això fa que els agradi buscar, provar i comparar.

La tecnologia aplicada a l'artesanania

El sector de l'artesanania és un sector format per una gran diversitat d'activitats, que amb una llarga tradició, han de seguir apostant pels valors que li són propis. Tot i així, és fàcil entendre que molts oficis i processos artesanals han hagut de reinventar-se per tal de poder seguir sent competitius en un món cada cop més global.

Les eines digitals poden ser, precisament, un dels vehicles a través dels quals els professionals del sector de l'artesanania (més enllà de quin sigui el subsector al qual es dediqui) puguin actualitzar el procés de relació amb la seva potencial clientela i li permeti evolucionar en el model de gestió del seu negoci.

Així doncs, tot seguit, es proposen un total de 7 eines que, en el seu conjunt, han de permetre que els professionals de l'artesanania puguin millorar la seva capacitat de comunicació i comercialització fent ús d'unes eines que obriran noves oportunitats pel que fa a potenciar la visibilitat i la repercussió del seu negoci.

7 eines digitals per vendre millor:

La missatgeria instantània

Les xarxes socials

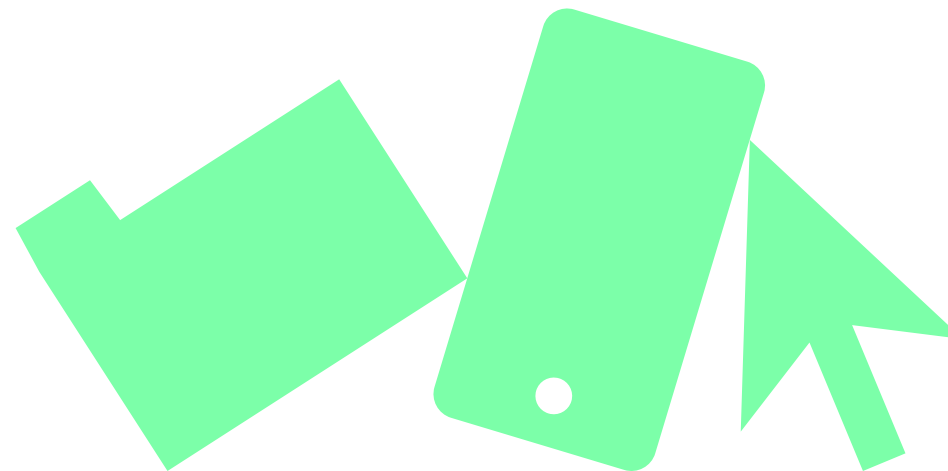
Els webs

Les newsletters

Les botigues online

Les videoconferències

Les aplicacions mòbils



Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa del
Centre d'Artesania Catalunya

Redacció de la guia:
FOCALIZZA, ASSISTÈNCIA COMERCIAL I MÀRQUETING S.L.
(www.focalizza.com)

Eines per a la digitalització del sector de l'artesanaria (1)

02

Idees pràctiques
per a la comunicació digital
del sector de l'artesanaria

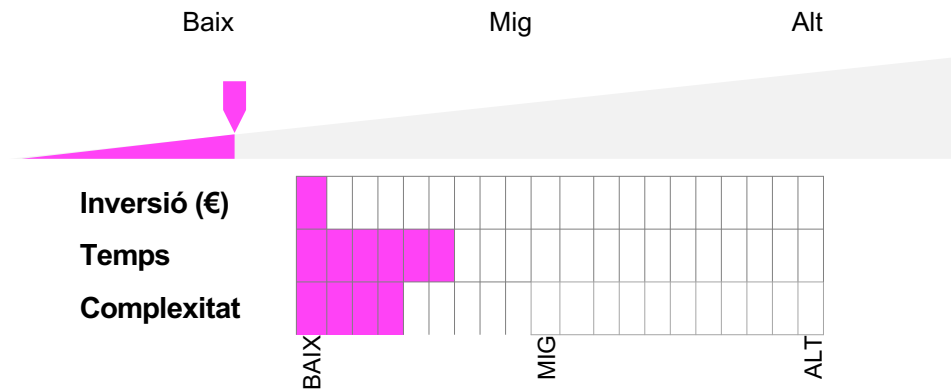


La missatgeria instantània

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

Sabies que són eines perfectes per promoure una relació més directe i personal amb la teva clientela?

Quin esforç implica?



Principals característiques

- **La inversió és baixa.** Molt baixa. Les aplicacions de missatgeria instantània tenen un cost econòmic molt baix; WhatsApp i Telegram són gratuïtes.
- **El temps de dedicació és mitjà-baix.** La missatgeria instantània no presenta 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. És, per tant, un instrument de mínima dificultat tècnica.



Cantimplora de
Carles Bassó
i Joan Cruanyes

Com ens 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:

- **T'ajuda a impulsar accions més específiques:** Ens ofereix la possibilitat d'enviar comunicacions i fer accions 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 canal de resolució de dubtes.

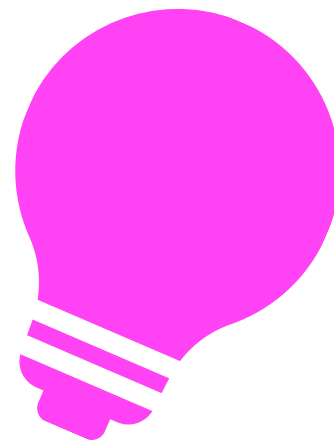
Per saber-ne més, tens un tutorial sobre WhatsApp Business a la pàgina següent.

Et donem algunes idees...

Joieria: la missatgeria pot esdevenir un canal de comunicació molt útil per tal d'informar de la creació d'una nova línia de productes o bé per a informar de productes exclusius, sèries limitades, o bé per informar dels serveis que la pròpia persona artesana dugui a terme.

Forja: en el cas del sector de la forja, la missatgeria instantània pot constituir un espai per a tenir un contacte directe i ràpid i poder resoldre, amb més facilitat, qüestions relatives als productes oferts a la clientela. També pot servir per millorar l'atenció a la clientela que hagi fet un encàrrec.

Tèxtil: el sector tèxtil pot fer ús de la missatgeria instantània per a informar de productes específics, novetats, així com establir un tracte més proper i adequat a les característiques de cada grup de clientela.



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

Sabies que...

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

Pren nota de...

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



Fes clic [aquí](#) per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador.

En aquest vídeo s'explica com treure millor rendiment de la missatgeria online en el teu negoci. Es realitza mitjançant l'explicació d'una eina de missatgeria. Els ítems que es tracten són:

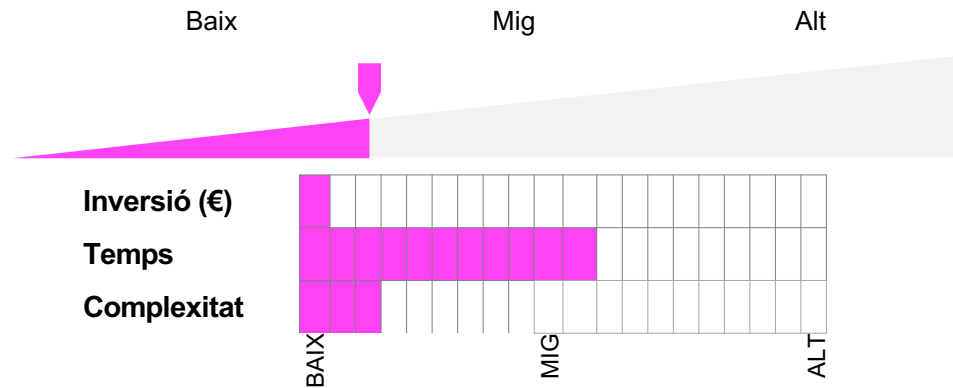
- **Què és WhatsApp Business?**
- **Per a què serveix?**
- **Quines millores pot aportar?**

Les xarxes socials

A l'hora de donar visibilitat al negoci, les xarxes socials són una bona eina per **promoure la relació amb les persones**.

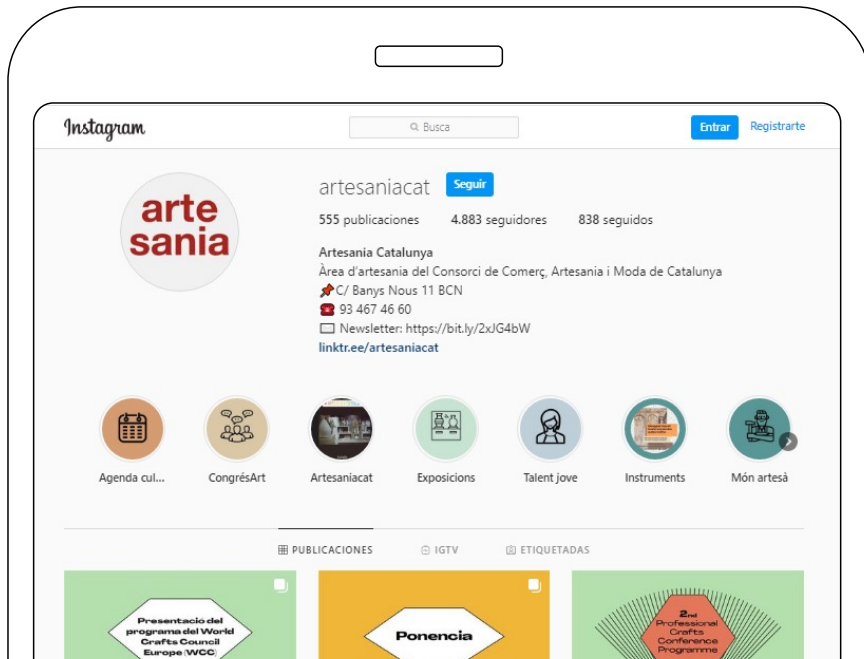
Si bé és cert que les xarxes socials ens poden ajudar a vendre, per sobre de tot, són **espais que podem aprofitar per compartir continguts relatius a informació, idees i recomanacions del nostre producte**.

Quin esforç implica?



Principals característiques

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



Com poden ajudar a vendre les xarxes socials?

Les xarxes socials són l'espai en què les persones consumidores parlen i es relacionen entre si.

Un bon ús de les xarxes socials t'ajudarà a:

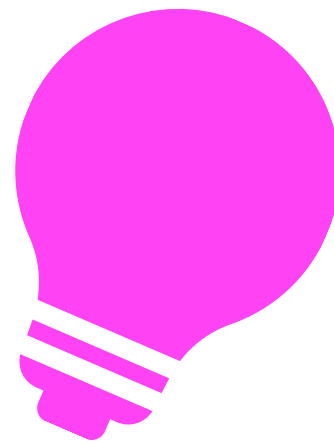
- **Reforçar el missatge del sector:** Les xarxes socials són un canal a partir del qual pots vestir el teu missatge i la teva proposta de valor per reforçar el vincle amb la teva clientela.
- **Millorar la visibilitat del negoci i la seva notorietat:** La informació que publiquis a les xarxes pot ajudar -te a guanyar visibilitat, de manera que pots incrementar la teva àrea d'influència.
- **Promoure la comunicació a temps real:** El fet que es tracti d'una eina molt utilitzada per les persones en el dia a dia, et permet estar en contacte amb el teu públic objectiu de manera més constant.

Et donem algunes idees...

Escultura: les xarxes poden ser de gran utilitat, ja que poden informar sobre les diferents obres, el material esculpit, l'estil artístic, així com de les dades de l'artista. A més, també es poden utilitzar per donar a conèixer la biografia de l'artista, donar a conèixer informació relativa a serveis, exposicions,...

Ceràmica: el sector de la ceràmica, per exemple, pot fer ús de les xarxes per tal d'exposar els seus productes en un aparador virtual, o bé un *showroom* en el que s'exposin les seves idees sobre possibles noves peces a crear.

Vidre: el sector del vidre podria oferir obres commemoratives en dates assenyalades com Nadal o Sant Jordi, per tal de tenir la seva clientela dia a dia pendent de les novetats que es presenten. També pot fer ús de les xarxes per tal d'interaccionar amb els compradors, donar resposta a possibles encàrrecs...



De les xarxes socials t'interessa saber...

Sabies que...

- Un petit percentatge de **les vendes que es produeixen neixen de fotos i vídeos de productes** que es veuen per primera vegada a les xarxes.
- **Un element molt important en qualsevol publicació a les xarxes socials és la qualitat de les fotografies que utilitzem.**
- A més a més, quan publiques qualsevol informació a les xarxes socials, estàs transmetent un missatge. Intenta que aquest missatge vagi alineat amb els teus objectius i la teva proposta de valor per tal de connectar amb la teva clientela **a través d'una història**, reforçant així la relació amb la persona compradora.

Tingues present que...

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

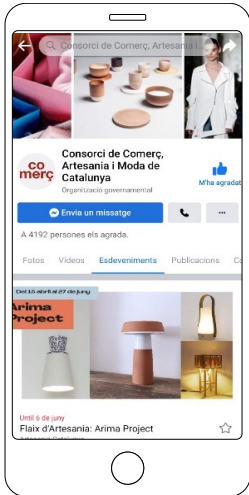


Fes clic [aquí](#) per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador.

En aquest vídeo s'explica com aprofitar algunes de les xarxes socials per promoure les vendes. Els ítems que es tracten són:

- **La importància de ser presents a les xarxes socials?**
- **Com transmetre el valor de la teva activitat artesanal a les xarxes**
- **Mecanismes per vendre a les xarxes socials**

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

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

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

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

Saps que són els hashtags?

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

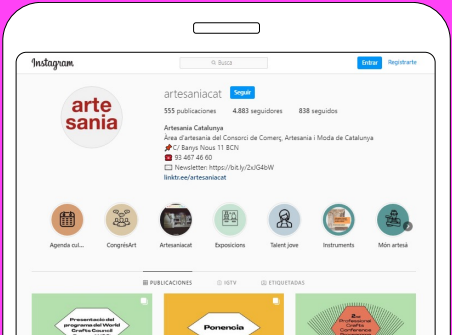
Permeten destacar continguts concrets a partir de paraules comunes incrementant, així, la seva visibilitat de les publicacions que facis.

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

#ConsumeixArtesania

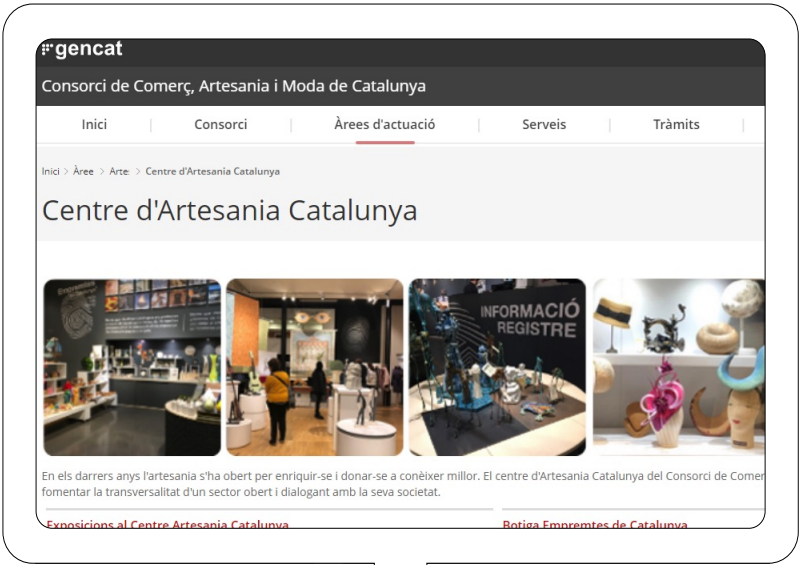
El Consorci de Comerç. Artesania i moda impulsa la campanya [#ConsumeixArtesania](#) per tal d'atraure el públic consumidor interessat en adquirir els objectes artesans.

Feu clic [aquí](#) per accedir a l'Instagram d'Artesania Catalunya.

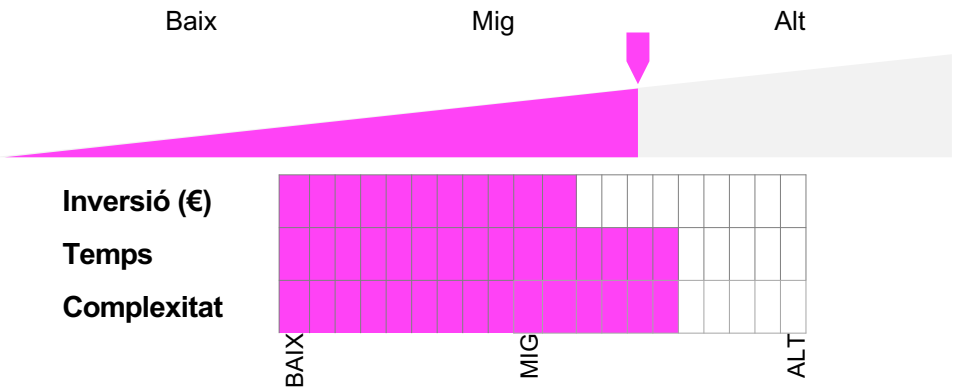


Els webs

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



Quin esforç 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 (100 euros anuals).
- **El temps de dedicació és moderat.** En funció de quins siguin els objectius del nostre web, la dedicació pot ser més o menys àmplia. En general, però, un web que pretengui informar de la nostra proposta no ha de presentar massa dificultats de dedicació.
- **La dificultat tècnica és moderada.** Depèn molt de quin sigui l'ús que li vulguem atorgar al web (informació, creació de continguts,...) i la tecnologia emprada. Tot i això, la dificultat de gestió sempre s'acaba simplificant.

Com ens pot ajudar a vendre un web?

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

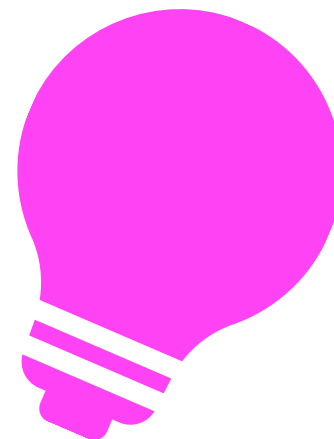
- **Disposar d'un catàleg amb tota la oferta:** Un web és un immillorable aparador per compartir el teu catàleg de productes i serveis actualitzat en tot moment.
- **Millorar la imatge del sector i la seva notorietat:** Un web et pot permetre reforçar el valor de la imatge i interactuar amb les persones usuàries que busquen informació al web.
- **Compartir informació complementària:** Un dels avantatges que aporta tenir un web és la creació de continguts que consolidin el missatge comercial i la credibilitat del teu negoci.

Et donem algunes idees...

Rellotgeria: el sector dels rellotgers pot oferir els serveis dels que disposa, així com el conjunt del catàleg de productes amb les diferents marques, tipus de corretges, etc. per a donar informació clara i exhaustiva al comprador sobre el seu negoci.

Ceràmica: el sector de la ceràmica pot optar per oferir una galeria dels millors productes, mentre que a la pàgina web també s'exposen la història i el procés que realitzen per a produir les diferents peces de ceràmica, entre d'altra informació que pot aportar un valor afegit al procés de comercialització.

Fusteria: el sector de la fusteria pot aprofitar el mateix web on ofereix els seus productes per a publicar diferents continguts audiovisuals on es mostren aspectes del dia a dia, sobre la feina de fuster, com es treballa la fusta, serveis i tipologia d'encàrrecs que ofereixen...



Dels espais web t'interessa saber...

Sabies que...

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

Pren nota de...

- Si vols crear la teva pròpia pàgina web i mantenir-la activa tingues present que tenen certs **costos de manteniment** i de temps.
- No totes les persones artesanes cal que tinguin web. Si no vols disposar d'un web amb informació bàsica, pots fer **ús d'aplicacions gratuïtes** que cobreixen la mateixa funció.
- **La seguretat a Internet** és molt important. Si disposes d'un web, sempre necessitaràs un bon suport de seguretat.

Tingues present...

Abans de crear la teva pròpia pàgina web, comprova que el domini que voldràs utilitzar estigui lliure. Ho pots comprovar a <https://www.nominalia.com/>

Quins programes web puc utilitzar per fer una web?

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



Ceràmica Sambola. Verdú.

Les newsletters

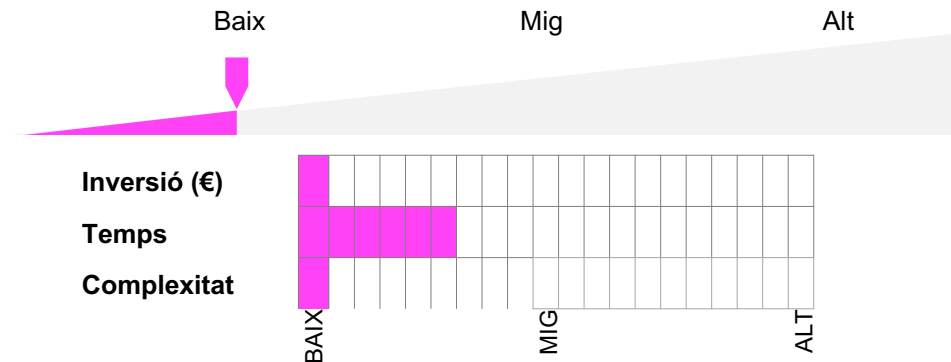
Les newsletters són mitjans de màrqueting directe que permeten la difusió i promoció d'un negoci a través del correu electrònic.

Es tracta de plantilles gràfiques que poden actuar com a espai per a compartir idees, continguts i tota mena d'informació relativa al teu negoci. Es tracta d'un dels mitjans propis amb una major incidència entre els seus usuaris. Això sí, cal disposar, sempre, de l'autorització per part de les persones receptores.



Livingthings: Voltasol. BAG disseny Studio.

Quin esforç implica?



Principals característiques

- **La inversió és baixa.** Les newsletters són una de les eines de comunicació directe que requereixen una inversió més aviat baixa. Els costos econòmics més importants són els derivats del seu disseny gràfic i que poden ser d'uns 150 euros pel disseny de la plantilla.
- **El temps de dedicació és mitjà-baix.** Tot i no requerir, aparentment, massa temps, una newsletter requereix que es disposi d'un relat del negoci que ens permeti portar a bon port el nostre objectiu.
- **La dificultat tècnica és baixa.** Més enllà de la seva preparació inicial, les newsletters no presenten una dificultat tècnica gaire elevada.

Com ens pot ajudar a vendre una newsletter?

Una newsletter et permetrà facilitar el contacte més directe i personalitzat amb la teva clientela.

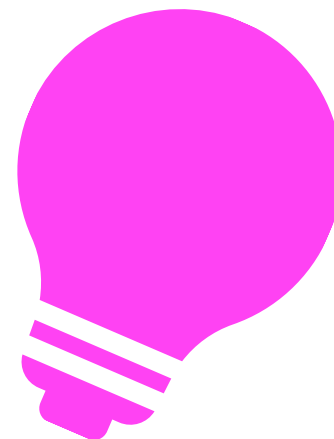
- **Donant a conèixer la teva oferta i impulsant les teves vendes:** T'ofereix la possibilitat d'incentivar la compra de determinats productes.
- **Oferint serveis i generant valor a la clientela:** Et permetrà donar a conèixer nous serveis que es poden oferir a la seva clientela (informació de novetats, nous productes...).
- **Establint un contacte molt més personalitzat:** Una newsletter és ideal per compartir informació rellevant d'un negoci. Permet establir un contacte personalitzat amb la clientela.

Et donem algunes idees...

Tèxtil: aquest tipus de sector pot disposar d'una newsletter com a eina per informar d'ofertes i amb d'altres tipus de negoci del seu mateix sector. Pot utilitzar el mateix enviament per donar a conèixer alguns productes que no oferien o que oferien per un període limitat.

Forja: el sector de la forja pot utilitzar la newsletter per a informar de la història d'aquesta activitat, així com també pot esdevenir un canal per a divulgar i motivar a les pròximes generacions a iniciar-se en l'art de la forja. Es pot aprofitar per difondre els últims projectes impulsats.

Vidre: el sector del vidre pot presentar a la newsletter els diferents productes, així com la seva localització, dades de contacte, història de la persona professional. També pot servir per donar a conèixer aquells serveis complementaris que poden oferir.



De les newsletters t'interessa saber...

Sabies que...

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

Pren nota de...

- Per tal de fer ús d'aquest mitjà ens cal disposar d'una base de dades prèvia amb l'email 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
<https://apdcat.gencat.cat/>
- És recomanable **no fer un ús excessiu d'aquest mitjà si no volem que la clientela se'n cansi i deixi de voler rebre més comunicacions.**

Tingues present...

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

Cuervo shoemaker



Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa del
Centre d'Artesania Catalunya

Redacció de la guia:
FOCALIZZA, ASSISTÈNCIA COMERCIAL I MÀRQUETING S.L.
(www.focalizza.com)

Eines per a la digitalització del sector de l'artesanía (2)

03

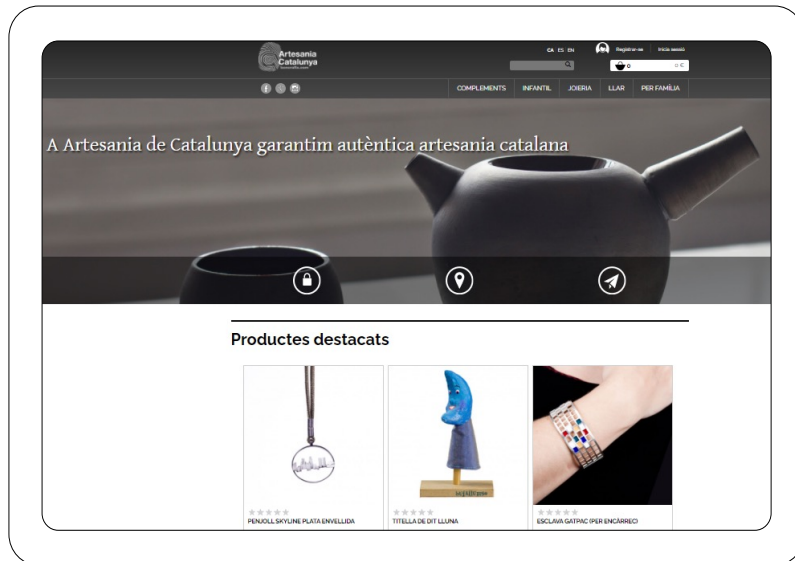
Idees pràctiques
per a la comunicació digital
del sector de l'artesanía



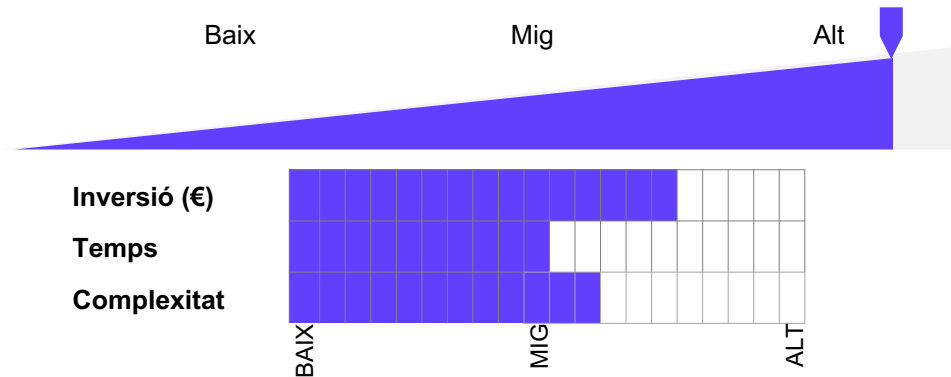
Les botigues online

Les botigues online són una forma de venda electrònica, **també conegut com a e-commerce**, a partir del qual es poden vendre productes 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, tot i que també **disposa d'alternatives i variants a un espai online propi**.



Quin esforç 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 sector econòmic 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.

Com ens pot ajudar a vendre una botiga online pròpia?

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

- **Automatitzar continguts i facilitar la compra:** Gràcies als processos automatitzats de les botigues online, la clientela pot escollir els productes que vol.
- **Ampliar horaris i apropar-se a les persones:** Una botiga en línia està disponible per a qualsevol persona les 24 hores del dia i durant 365 dies.
- **Ampliar zones geogràfiques i captar nous públics:** Les botigues online no només no disposen d'horaris sinó que tenen la capacitat d'arribar a més clientela que no pas la d'una botiga física.

Et donem algunes idees...

Joieria: el sector de la joieria pot oferir una botiga online on es puguin adquirir els seus productes, ja que sovint per a un determinat públic és més còmode i senzill comprar-ho mitjançant internet, a més a més, es poden fer arribar els productes a nous àmbits geogràfics.

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



De les botines online t'interessa saber...

Sabies que...

- Les botigues online poden facilitar:
 1. **la comercialització de productes singulars**, ja que disposen d'una major capacitat de diferenciar-se de la competència.
 2. **la simplificació de les compres repetitives** de la clientela.
- **Les botigues online t'ajudaran a entendre millor com és la clientela que et compra.** Aquest fet et permetrà refer el teu missatge comercial, quan sigui necessari.
- Una botiga **online et permetrà millorar la presència digital del sector comercial i oferir els teus productes amb diferents idiomes.**

Tingues present...

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

Pren nota de...

- **A les botigues online és necessari treballar en aspectes com:** nom del domini, servidor, eines tecnològiques, sistema de distribució, disseny gràfic i experiència d'usuària, campanyes de publicitat o l'estratègia de presència a xarxes socials, entre d'altres.
- Les botigues online pròpies **requereixen un cost de desenvolupament, manteniment** i dedicació alt per part de l'impulsor del negoci. És convenient **disposar d'assistència tècnica** per facilitar el bon funcionament de la plataforma i respondre, de manera ràpida, a possibles incidències.



El marketplace. Una alternativa a les botigues online pròpies.

+ Principals beneficis del Marketplace:

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

- Principals inconvenients del Marketplace:

- Cal que tinguis en compte de quina manera les **condicions i els termes del contracte** amb un Marketplace poden condicionar la gestió òptima del sector.
- Tingues present que en aquests espais hi pots trobar **molta competència**, fet que pot suposar una reducció de marges i el desconeixement de qui compra els teus productes.
- Tingues present que no disposaràs **d'informació de les persones que compren els teus productes**.

Coneixes el projecte
Empremtes de Catalunya?

En el següent enllaç trobaràs informació del projecte.
Clica i hi trobaràs la informació per vendre-hi els teus productes.

http://ccam.gencat.cat/ca/arees_actuacio/artesania/centre_artesania/botiga_empremes/

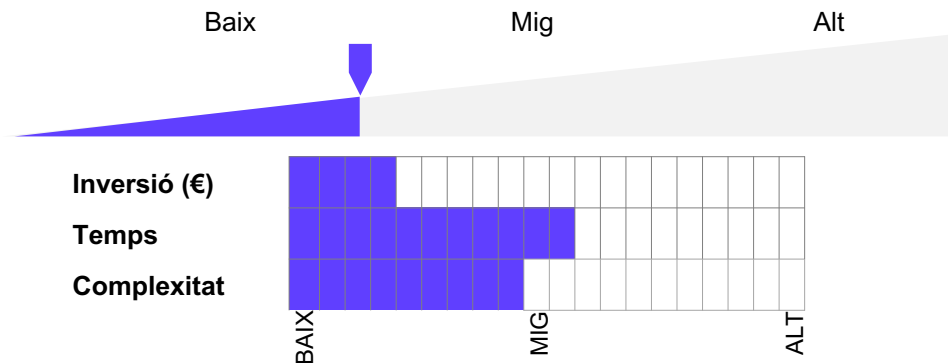


Els webinars o videoconferències

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

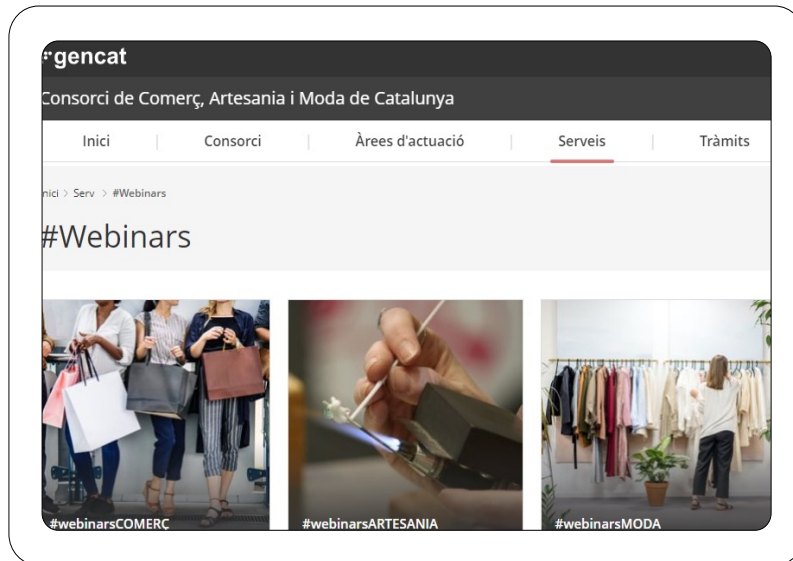
En el sector de l'artesanía et poden ajudar a **personalitzar i fer més propera la relació amb la clientela**. També et poden ajudar a **crear noves oportunitats en la venda dels teus productes**.

Quin esforç implica?



Principals característiques

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



Com et pot ajudar a vendre una videoconferència?

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

- **Mostrar productes i generar nous vincles:** Et permetrà ensenyar, a través de vídeo i en temps real, els productes i serveis que tens al teu sector.
- **Celebrar esdeveniments i generar confiança:** Et pot ajudar a realitzar activitats que complementin i generin més valor a la venda dels teus productes (tallers demostratius, xerrades, etc.)
- **Resoldre dubtes i fidelitzar la clientela:** La videoconferència et pot facilitar la feina de resoldre qualsevol dubte de la clientela de manera personalitzada (instal·lació de productes, postvenda...).

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

Et donem algunes idees...

Ceràmica: en aquest sector es podrien presentar diferents artesans que presentessin el tipus de producte que elaboren per tal que els assistents puguin veure tant el procediment d'elaboració que duen a terme com la varietat de productes que tenen.

Escultura: es poden realitzar videoconferències que siguin una mostra en directe on s'expliqui el procés alhora de confeccionar una escultura, la forma de treballar el material...

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



Empremtes de Catalunya:
escultura de Natàlia Ferré

De les videoconferències t'interessa saber...

Sabies que...

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

Quins programes puc utilitzar?

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

Coneixes els #webinars artesania?

Si cliques al següent enllaç, podràs visualitzar tot un seguit de *webinars* que posem a la teva disposició, i per tal que milloris els teus coneixements sobre tendències en artesania.
<http://ccam.gencat.cat/ca/serveis/webinars/artesania/>

Coneixes els #ArtesaniaEnViu?

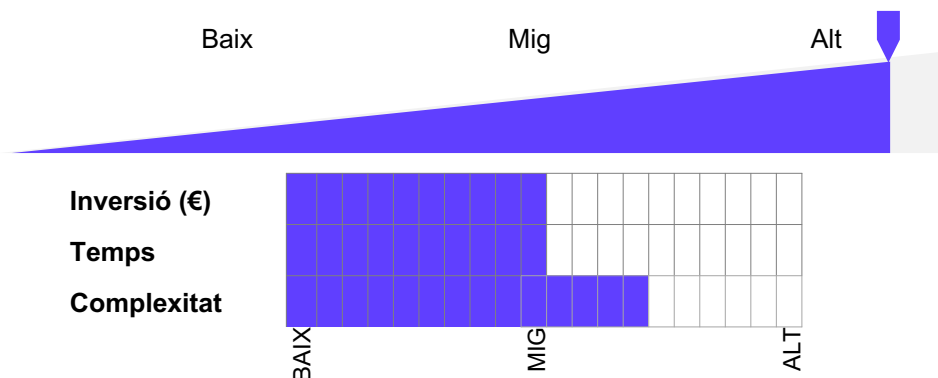
Consisteix en programar una sèrie de vídeos en directe des dels vostres perfils a Instagram, IG Live, on podeu explicar qui sou i mostreu el procés d'elaboració d'una peça o objecte que els usuaris d'Instagram puguin fer amb material que tinguin per casa o sigui fàcil d'aconseguir (temps màxim 1 hora).

Aplicacions mòbils per a l'artesanaria

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

Existeixen moltes aplicacions mòbils de tipologies ben diferents i que són aplicables al sector de l'artesanaria. Tot seguit t'exposem aquelles en les que el sector de l'artesanaria pot utilitzar com a mecanisme de suport en la seva gestió.

Quin esforç implica?



Principals característiques

- **La inversió és mitja.** En general la inversió és mitja. Així, les apps, solen ser de baix cost o, fins i tot, gratuïtes, en alguns casos.
- **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.

Empremtes de Catalunya: abeurador d'ELOMI.



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 de l'artesanía, en general.

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

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

- **Fer més fàcil la compra de la clientela** amb mesures que facilitin la gestió de la informació, el pagament...
- **Realitzar accions de promoció i difusió** del negoci utilitzant la tecnologia digital.
- **Promoure una comunicació millor** del negoci amb les persones del teu entorn.
- **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 àmplia gamma, que et poden ajudar molt en el teu sector. **Les vols conèixer?**

Quines aplicacions poden ajudar al sector de l'artesanía a ser més eficient?

	Què són?	Beneficis per al sector
 App de geolocalització	Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones puguin trobar la ubicació exacta d'un negoci. Són eines pensades per facilitar l'accés a la compra de les persones.	Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones localitzin un negoci més fàcilment. Tot i això, aquestes eines ens permeten informar dels nostres horaris d'obertura, penjar fotografies dels productes i serveis, i permeten que la clientela pugui deixar ressenyes. Una de les més populars és Google My Business.
 App de pagament	En el context actual, marcat per l'agilitat i la facilitat de la compra, hi ha aplicacions que poden ser de molta utilitat per a les persones consumidores i per a qualsevol negoci. Es tracta de les aplicacions que permeten fer el pagament mitjançant un dispositiu mòbil.	Són plataformes digitals a través de les quals es poden fer pagaments de manera instantània entre persones. És una bona alternativa a les transferències bancàries i la major part d'entitats financeres l'accepten. Tot i la popularitat de Bizum, n'existeixen d'altres. Entre les més conegudes segur que coneixeràs PayPal.



Estudi Moliné&Guillem Ferran.
La Bisbal de l'Empordà.

Quines aplicacions poden ajudar al sector de l'artesanía a ser més eficient?

	Què són?	Beneficis per al sector	Fes la prova
Codis QR	Un codi QR és un codi de barres que la clientela pot llegir a través de la càmera del seu dispositiu mòbil. En cas que disposis d'un web propi, aquest et permetrà donar-li més visibilitat, de la mateixa manera que podràs aconseguir un major volum de vendes.	Els codis QR en el sector de l'artesanía tenen com a objectiu principal la interacció amb els consumidors. Un negoci pot disposar de diferents codis QR per promocionar els seus propis productes.	Busca el lector de codis QR del teu dispositiu mòbil i escaneja el codi QR de la dreta que et portarà a la pàgina web del Centre d'Artesanía de Catalunya. 



Escolta el següent podcast fent clic [aquí](#) en el que podràs conèixer algunes accions que pots utilitzar amb els codis QR.

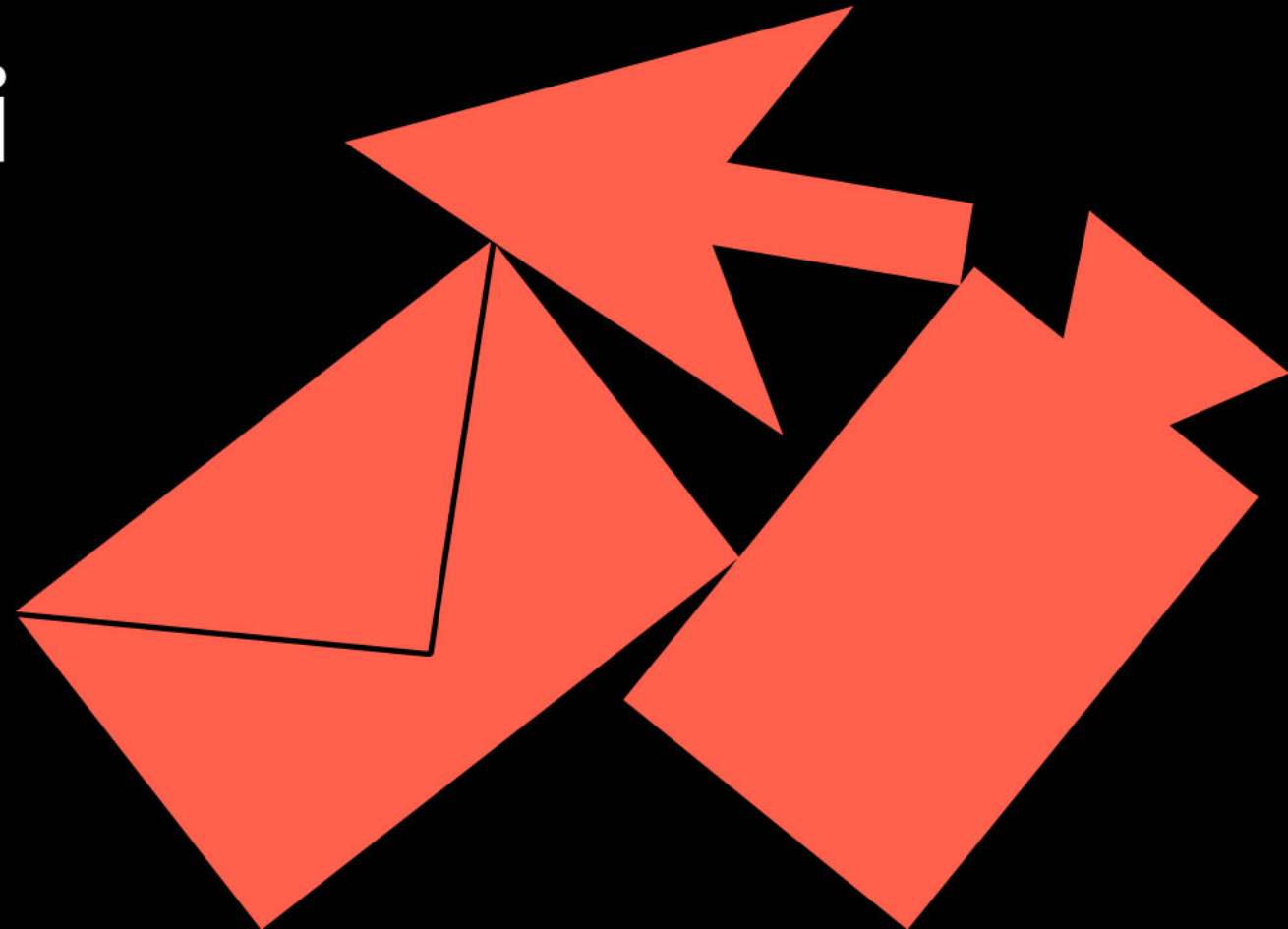
Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa del
Centre d'Artesania Catalunya

Redacció de la guia:
FOCALIZZA, ASSISTÈNCIA COMERCIAL I MÀRQUETING S.L.
(www.focalizza.com)

Passos per a la transformació digital i l'autodiagnosi

04

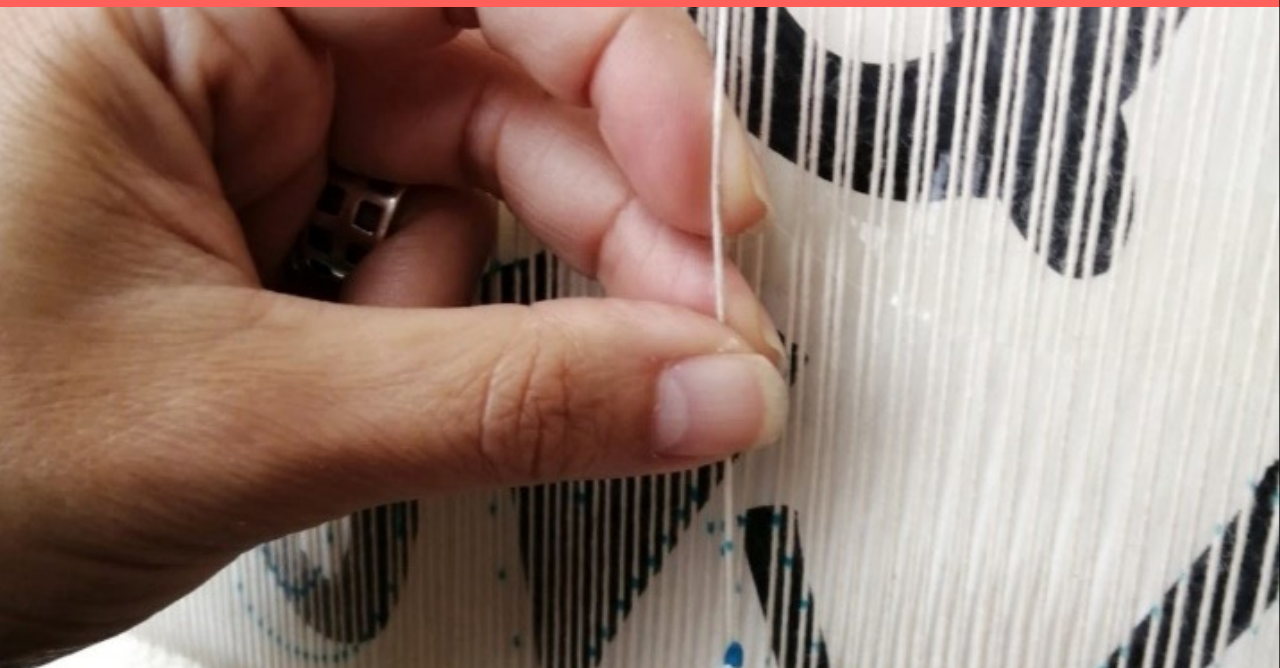
Idees pràctiques
per a la comunicació digital
del sector de l'artesanía



Primers passos per a la transformació digital

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

Queralt Illa, teixidora i artista tèxtil.

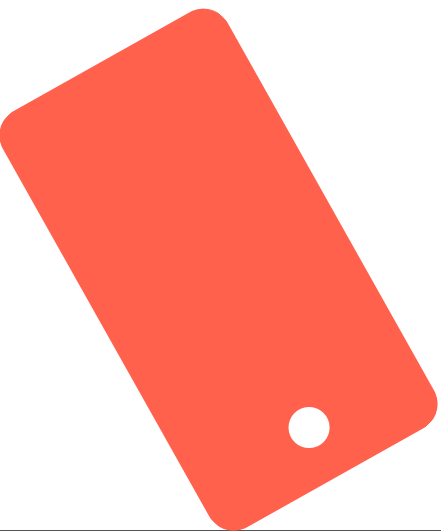


- 1. Analitza la realitat del sector de l'artesanía.** Pensa en quin model tens i quines estratègies de màrqueting vols aplicar. Els que s'equivoquen són els que volen fer una pàgina web sense haver pensat abans el que volen transmetre en aquest web. Per a fer-ho, correctament necessites conèixer quin és el perfil de la teva clientela i quines són les seves necessitats. A partir d'aquí, podràs escollir quines de les eines digitals que t'hem explicat són les més adequades per al teu negoci.
- 2. Construeix un relat.** Un dels elements més importants en l'actualitat, és la construcció d'un relat atractiu a ulls de les persones consumidores. Fem referència a la necessitat de crear una proposta de valor suficientment atractiva i diferenciadora a ulls de la clientela. La proposta de valor són els atributs que volem que transmeti el nostre negoci, i com a tal, han de ser la base i el principal missatge a transmetre a través de les eines digitals.

Tingues present que...

Fer un reconeixement sobre com la nostra clientela percep, el nostre negoci, ens ajudarà a definir els atributs a través dels quals volem promocionar el nostre sector comercial.

- 3. Dissenya una estratègia digital.** Per a dissenyar una estratègia digital has de tenir els objectius molt ben identificats. Aquests, s'han de marcar des de diferents punts de vista, tant de caràcter estratègic (gestió, productivitat i operativa diària) com de caràcter econòmic (assegurar la rendibilitat). Sigues conscient i pensa amb objectius que siguin realistes.
- 4. Comprova que disposes d'una base de dades de contacte de la teva clientela.** Pot semblar un pas molt senzill i obvi, però et sorprendria saber la quantitat de negocis que no han treballat aquest aspecte. El fet de mantenir una base de dades de la teva clientela amb les dades de contacte necessàries, així com altra informació complementària, és un punt clau per caminar cap a la digitalització.
- 5. Comprova que estàs geolocalitzat.** La societat a dia d'avui viu connectada als dispositius mòbils. Això fa que haguem de ser presents en les principals plataformes que utilitzen les persones consumidores. Ser present a les plataformes millorarà la visibilitat del teu negoci.



Tingues present que...

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

- 6. Crea un perfil del teu negoci a les xarxes socials.** Les xarxes socials són més que un lloc de relació. De fet, són l'espai de relació i de comunicació entre persones. Revisa que estiguis present a les principals xarxes socials, que les tinguis actualitzades amb la informació del teu negoci i que contribueixes a dinamitzar-les a través de les teves publicacions.
- 7. Comença a generar continguts.** Ja tens xarxes socials? Perfecte! Ara toca pensar en aquells elements o temàtiques que, a través dels teus coneixements, poden afegir valor a la teva marca per tal de fer que augmenti la teva visibilitat i, et permeti connectar amb l'estil de vida dels teus seguidors. Parla d'aquells temes que més els interessin, i interactua amb les persones consumidores.
- 8. Analitza la repercussió de les teves publicacions.** Realment funcionen? Cal canviar d'estratègia? Cal canviar de canal? 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-te millor.

Encara tens algun dubte?

Fes click [aquí](#) i reproduueix el *podcast* que t'explicarà les claus d'aquest procés d'una manera didàctica i amena.

Podcast

3, 2, 1,... i acció.

Com començar el procés de digitalització del meu negoci.

 **FOCALIZZA**
Comerç i desenvolupament local

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

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 negoci.

1. Estàs treballant en generar confiança i fomentar la fidelització de la teva clientela?

A hores d'ara, ja deus tenir present, que per fomentar la confiança i la comunicació directa amb les persones que compren productes artesans, no només cal utilitzar fotografies i publicar a les xarxes socials. La clientela esdevindrà un autèntic seguidor i ambaixador del teu negoci quan percebi que realment et preocupes per ella: 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, 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 altra forma. A més estaràs transmetent la passió per la teva professió i el missatge que vols transmetre.

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

Temps de pràctica

Quines necessitats estàs cobrint amb el teu producte?

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

☐

Missatgeria instantània

☐

Xarxes socials

☐

Newsletter

☐

Aplicacions mòbils

☐

Web propi

☐

Webinars / videoconferències

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

Temps de pràctica

2. Coneixes els beneficis de la geolocalització d'un negoci com el teu?

Al llarg del present document, t'hem anat explicant la importància de ser present al món digital. Tal i com has pogut observar, molts són els recursos digitals que la tecnologia posa a l'abast d'un sector com l'artesania. Un d'aquests recursos són les aplicacions de geoposicionament o geolocalització. Petits programes informàtics que tenen la capacitat de contribuir a que la nostra clientela ens pugui trobar més fàcilment, pugui conèixer els nostres horaris, així com ajudar-nos a comunicar i promocionar el nostre negoci. La geolocalització, és doncs, un mecanisme que ens pot ajudar a guanyar presència a internet.

Describeix les aplicacions de geolocalització que estàs utilitzant i revisa els principals comentaris i valoracions que s'hagin publicat:

Tens en compte la geolocalització del teu negoci?
La utilitzes com a canal de comunicació i de relació amb la clientela?

Temps de pràctica

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

Quina informació estàs oferint a través de la teva geolocalització?

☐

Informo dels horaris

☐

Faig un seguiment de les ressenyes

☐

Penjo fotografies

☐

Responc les ressenyes fetes per la clientela

☐

Informo del telèfon

☐

Informo del web

Segons el que hakis respost, és probable que vulguis millorar la informació que ofereixes en els diferents canals de 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

3. Disposes d'un web? Quin ús en fas?

Creus que fas un bon ús i manteniment del teu web?

Al llarg de la lectura, hauràs pogut constatar què són els webs i quines són les seves possibilitats com a plataforma de venda i de relació amb la clientela.

En general, els webs suposen un mitjà propi de qualsevol sector, el qual, es pot utilitzar per difondre la oferta.

Marca els aspectes que es tenen en compte al teu web:

☐

Es fa un manteniment periòdic

☐

Dono a conèixer l'oferta comercial

☐

Disposo d'un domini propi

☐

Disposo d'un blog dins el mateix web

☐

Informo de dades bàsiques de contacte

☐

Venda de productes a través del web

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

Temps de pràctica

4. Els codis QR com a aplicació per difondre els teus productes

En els darrers temps, els codis QR han pres rellevància com a mecanisme de relació amb les persones consumidores. Aquestes petites aplicacions permeten generar una millor experiència de relació entre l'usuari i un negoci ja que ofereixen múltiples possibilitats de generar punts de contacte, relació i sorpresa amb la clientela.

En cas de tenir un punt de venda, fas ús dels codis QR com a mecanisme per vendre més?

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



Temps de pràctica

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

☐

Promocions de productes

☐

Mostrar els teus perfils de 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

5. Ja apliques els continguts apresos?

I ja per acabar! Fins ara t'hem intentat oferir tot un seguit d'eines tecnològiques que tenen com a objectiu la millora en la relació professional amb la teva clientela. En l'artesanía 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 d'ajut i interès. Abans de concloure però, encara et demanem que en treguis les teves pròpies conclusions.

Quines de les següents eines ja sols utilitzar per vendre i donar a conèixer els teus productes?

☐

Disposo d'un domini propi

☐

Web propi

☐

WhatsApp Business

☐

Xarxes socials

☐

Aplicacions de pagament

☐

Videoconferències

☐

Plataformes de venda online

☐

Newsletter i correu electrònic

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 món de l'artesanía!

Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa del
Centre d'Artesania Catalunya

Redacció de la guia:
FOCALIZZA, ASSISTÈNCIA COMERCIAL I MÀRQUETING S.L.
(www.focalizza.com)