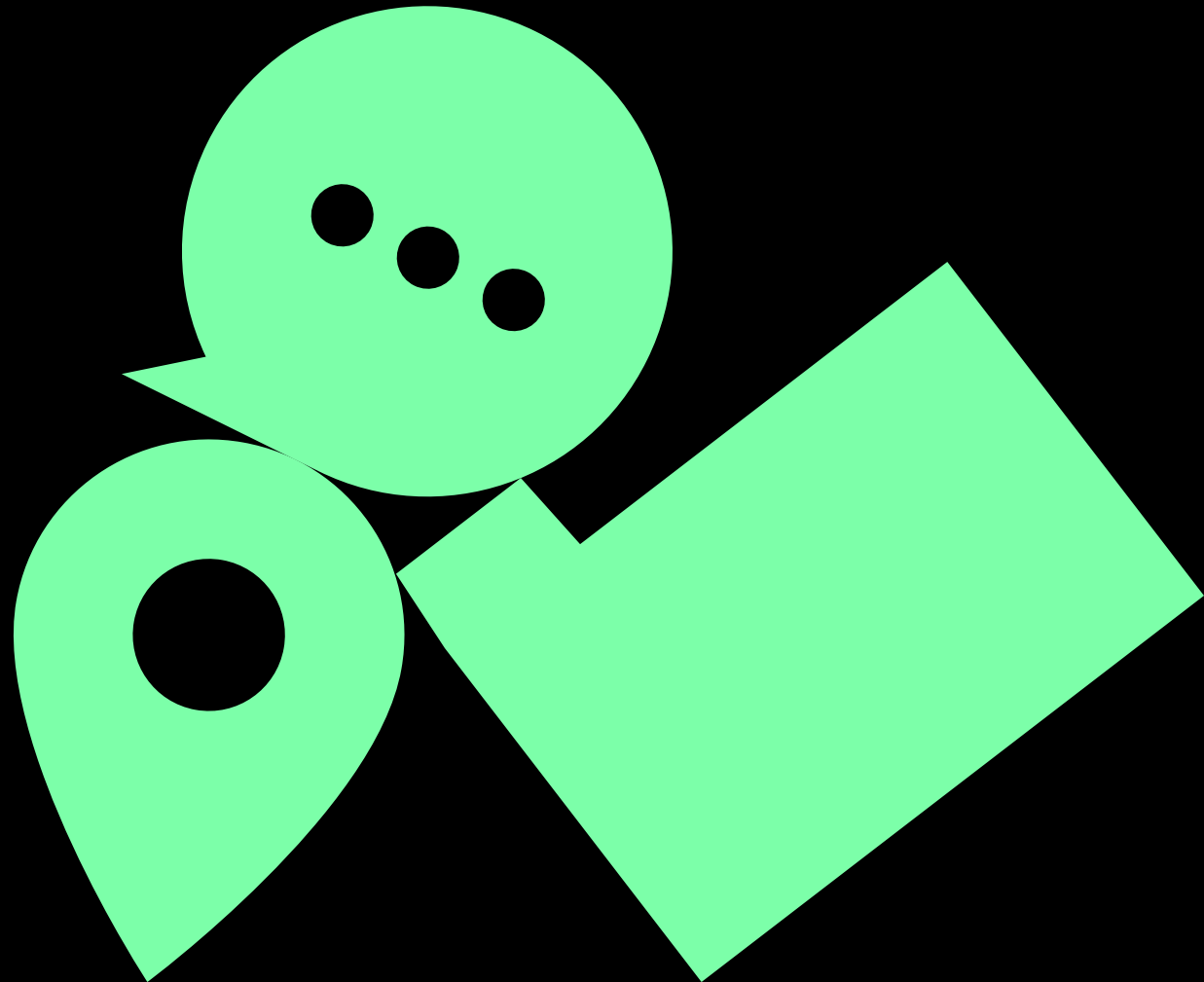


La digitalització en l'artesania

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

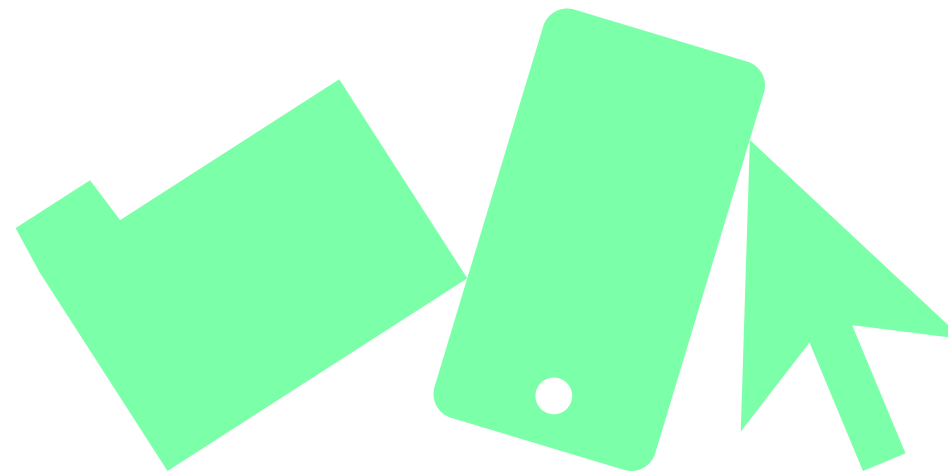
Els webs

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)