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

02

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

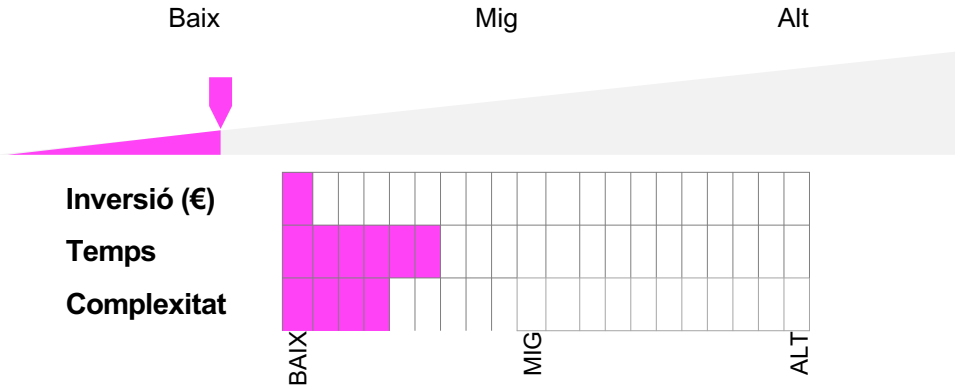
La missatgeria instantània

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?

Cantimplora de Carles Bassó i Joan Cruanyes

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.

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.

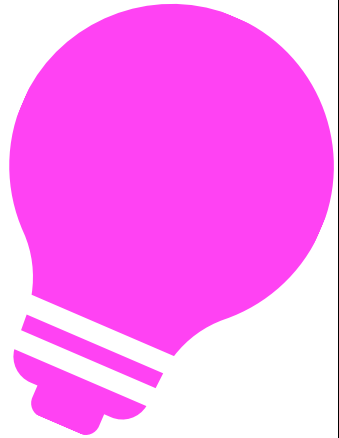
Per saber-ne més, tens un tutorial sobre WhatsApp Business a la pàgina següent.

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.

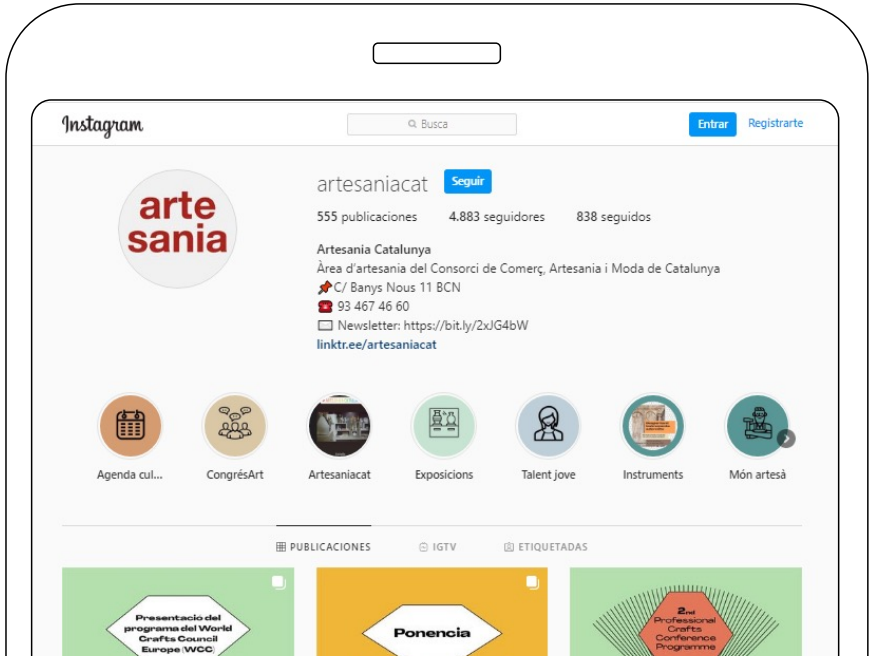
En aquest vídeo s'explica com treure millor rendiment de la missatgeria online en el teu negoci. Es realitza mitjançant l'explicació d'una eina de missatgeria. Els ítems que es tracten són:

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

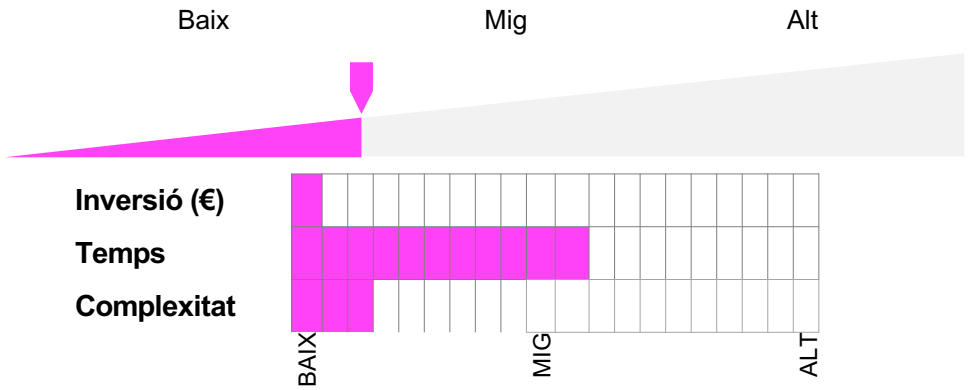
Les xarxes socials

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 passem 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:

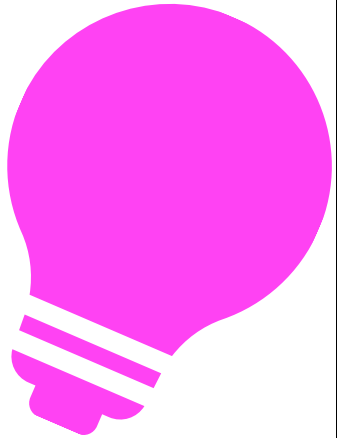
- **Reforçar el missatge del sector:** Les xarxes socials són un canal a partir del qual pots vestir el teu missatge i la teva proposta de valor per reforçar el vincle amb la teva clientela.
- **Millorar la visibilitat del negoci i la seva notorietat:** La informació que publiquis a les xarxes pot ajudar -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 us 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**

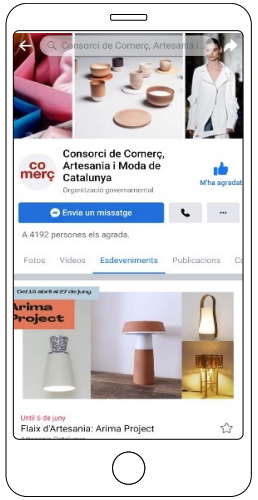
Si vols vendre a través de les xarxes socials, has de tenir en compte...

	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.	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.	

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.
- 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'artesania a través d'imatges i vídeos en el mur, les *stories i els directes* que es poden penjar durant 24 hores, o bé organitzar en carpetes. També es poden mostrar productes, recomanar-los i interactuar amb els teus seguidors.	Per etiquetar els teus productes necessitaràs connectar el teu Instagram a la *fanpage* de Facebook i haver activat la botiga des de Facebook. És un procés molt senzill, que ve molt ben explicat a Facebook i et permet incrementar les vendes de manera gratuïta.	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 *stories* 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 *followers*. 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.

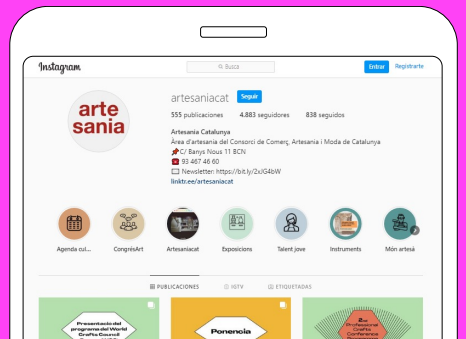
Permeten destacar continguts concrets a partir de paraules comunes incrementant, així, la seva visibilitat de les publicacions que facis.

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

#ConsumeixArtesania

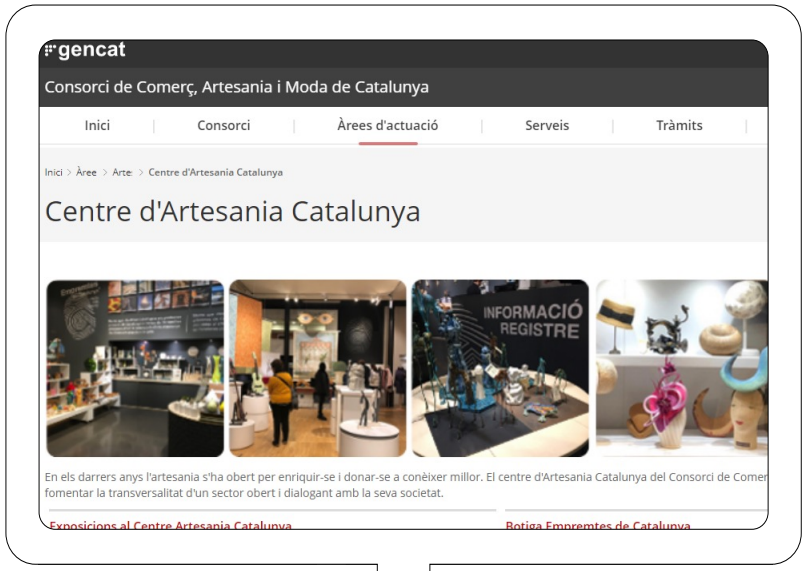
El Consorci de Comerç. Artesania i moda impulsa la campanya #ConsumeixArtesania per tal d'atraure el públic consumidor interessat en adquirir els objectes artesans.

Feu clic aquí per accedir a l'Instagram d'Artesania Catalunya.

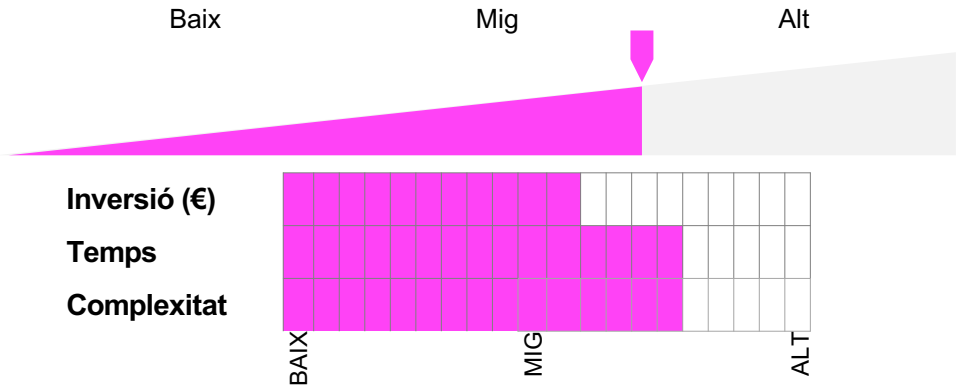


Els webs

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:

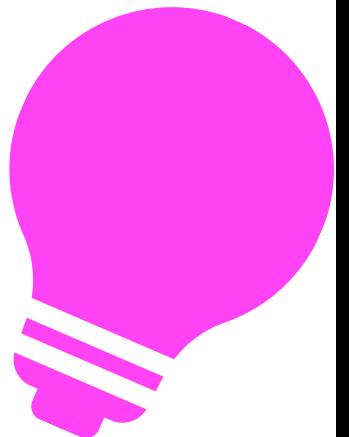
- **Disposar d'un catàleg amb tota la oferta:** Un web és un immillorable aparador per compartir el teu catàleg de productes i serveis actualitzat en tot moment.
- **Millorar la imatge del sector i la seva notorietat:** Un web et pot permetre reforçar el valor de la imatge i interactuar amb les persones 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.

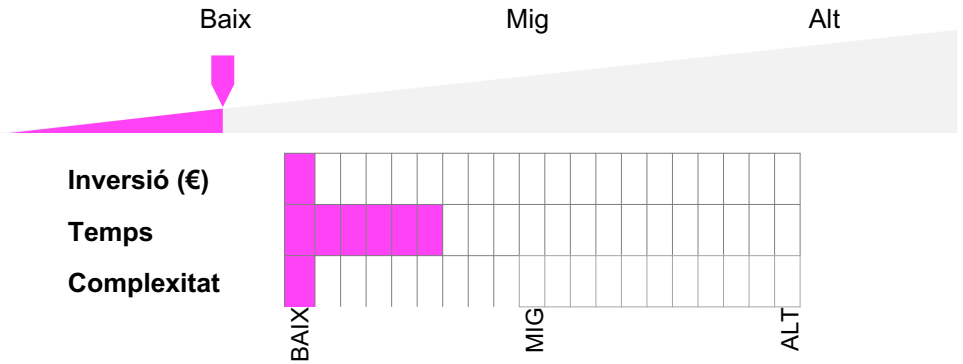
Les newsletters

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 si, 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.

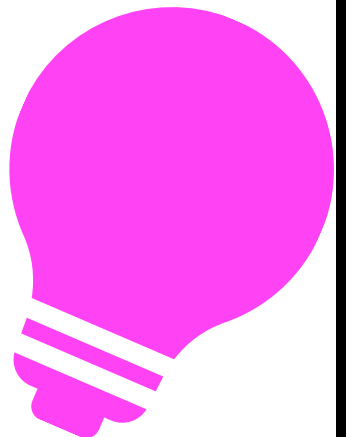
- **Donant a conèixer la teva oferta i impulsant les teves vendes:** T'ofereix la possibilitat d'incentivar la compra de determinats productes.
- **Oferint serveis i generant valor a la clientela:** Et permetrà donar a conèixer nous serveis que es poden oferir a la seva clientela (informació de novetats, 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'existeixen diversos, la plataforma mailchimp és una de les més utilitzades.

Cuervo shoemaker

Oficis singulars: Llatadora

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)

CCAM
Consorci de Comerç, Artesania i Moda de Catalunya

Generalitat de Catalunya