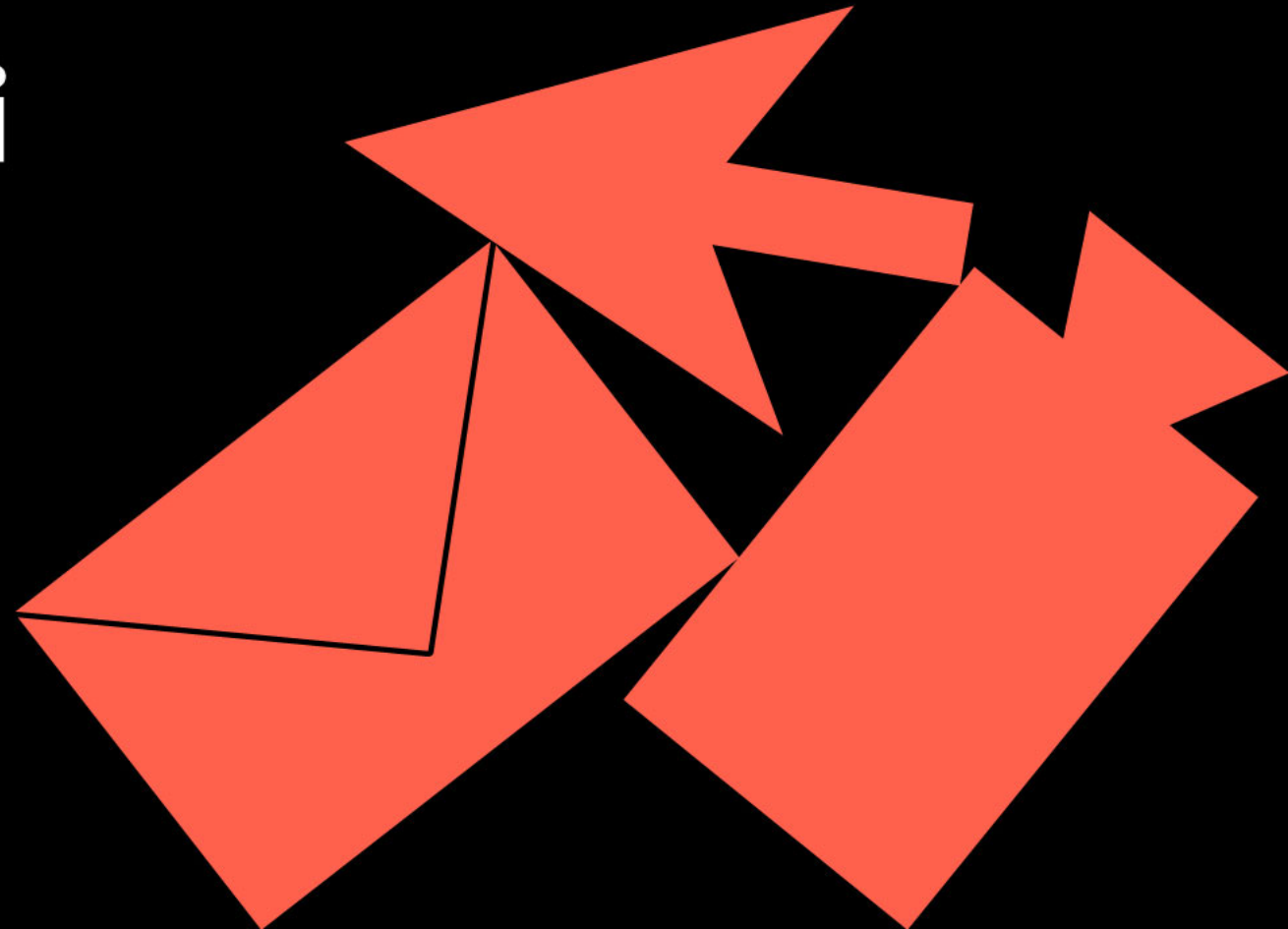


# Passos per a la transformació digital i l'autodiagnosi

## 04

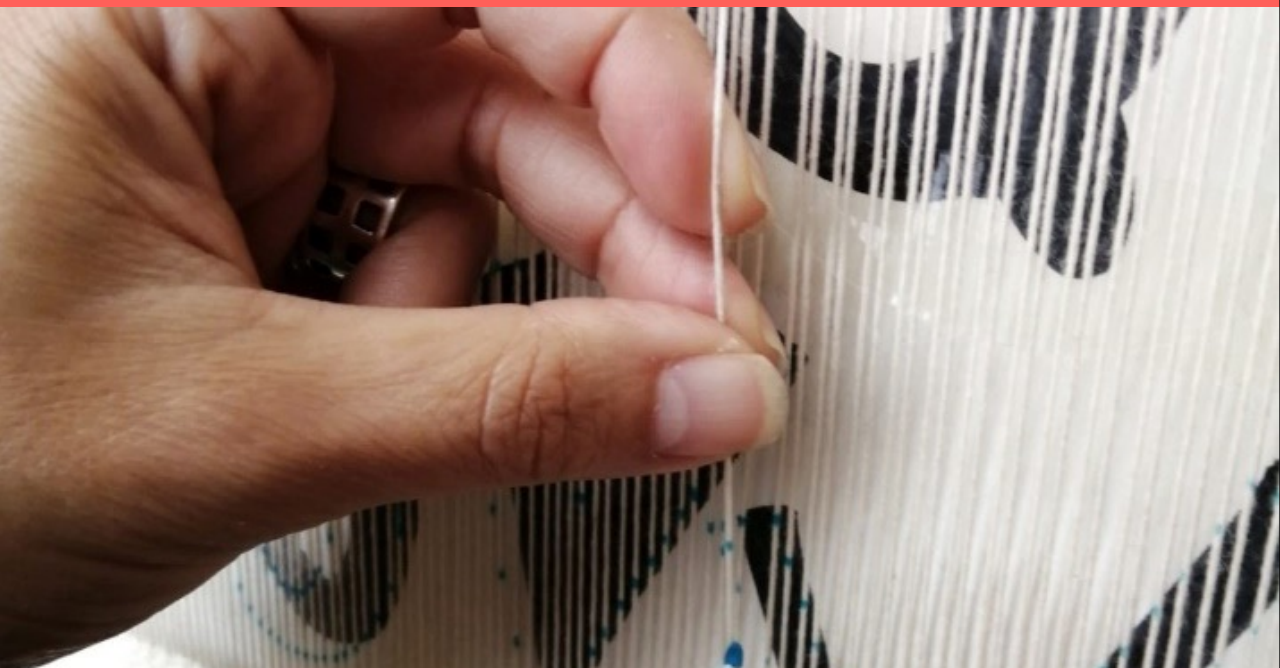
Idees pràctiques  
per a la comunicació digital  
del sector de l'artesanía



## 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.

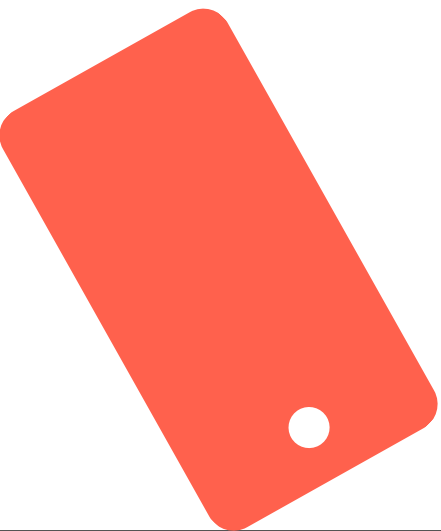


- 1. Analitza la realitat del sector de l'artesanía.** Pensa en quin model tens i quines estratègies de màrqueting vols aplicar. Els que s'equivoquen són els que volen fer una pàgina web sense haver pensat abans el que volen transmetre en aquest web. Per a fer-ho, correctament necessites conèixer quin 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](http://www.focalizza.com))