# EINES DIGITALS PER A LA VENDA ONLINE EN EL COMERÇ DE PROXIMITAT

GUIA DE SUPORT A L'APRENENTATGE DIGITAL

Ajuntament del Prat de Llobregat

Aquesta publicació ha estat impulsada per iniciativa de l'Àrea de Desenvolupament Econòmic de l'Ajuntament del Prat de Llobregat

Aquesta guia ha estat elaborada per l'empresa FOCALIZZA, S.L. (www.focalizza.com) amb el suport d'Anna Serrano Coll.

**Actualització de la informació: maig de 2020**

# ÍNDEX


- Benvinguda
  - Missatge de presentació
  - El comerç del Prat de Llobregat
- Presentació de la guia
- Comerç del Prat: proximitat i digitalització
  - Per què és important la digitalització del comerç?
- Eines per a la digitalització del comerç de proximitat
  - La missatgeria instantània [ ◀ ]
  - La venda telefònica
  - Les xarxes socials [ ◀ ]
  - Les videoconferències
  - Les botigues online
  - Els webs
  - Les aplicacions mòbils per al comerç
- Resum final de la guia

# BENVINGUDA

## Missatge de presentació

Débora García,
regidora de Comerç i Turisme de l'Ajuntament del Prat de Llobregat

De ben segur que estem d'acord que la qualitat de l'oferta comercial d'una ciutat aporta benestar i qualitat de vida a la ciutadania: el comerç és un sector fonamental per cobrir les necessitats de consum; ajuda, així mateix, a configurar l'espai urbà dels nostres carrers, integra socialment els barris de la ciutat i, molt especialment, determina la vitalitat econòmica de les zones urbanes com a generadores de riquesa i ocupació.

Si entenem, doncs, que el comerç i la restauració són sectors cabdals dins la nostra ciutat, la seva aposta passa forçosament pel Pla Estratègic del Comerç del Prat de Llobregat 2019-2025 que defineix un model de comerç urbà fort. Aquest pla estratègic recull els aspectes definidors de la política d'impuls i suport al teixit comercial del municipi en els propers anys, fomentant les dinàmiques de concertació entre l'administració i el sector comercial i establint les línies estratègiques per assolir-lo. Un d'aquests objectius és incrementar la solidesa dels negocis promovent una major professionalització dels comerciants per millorar la seva competitivitat.

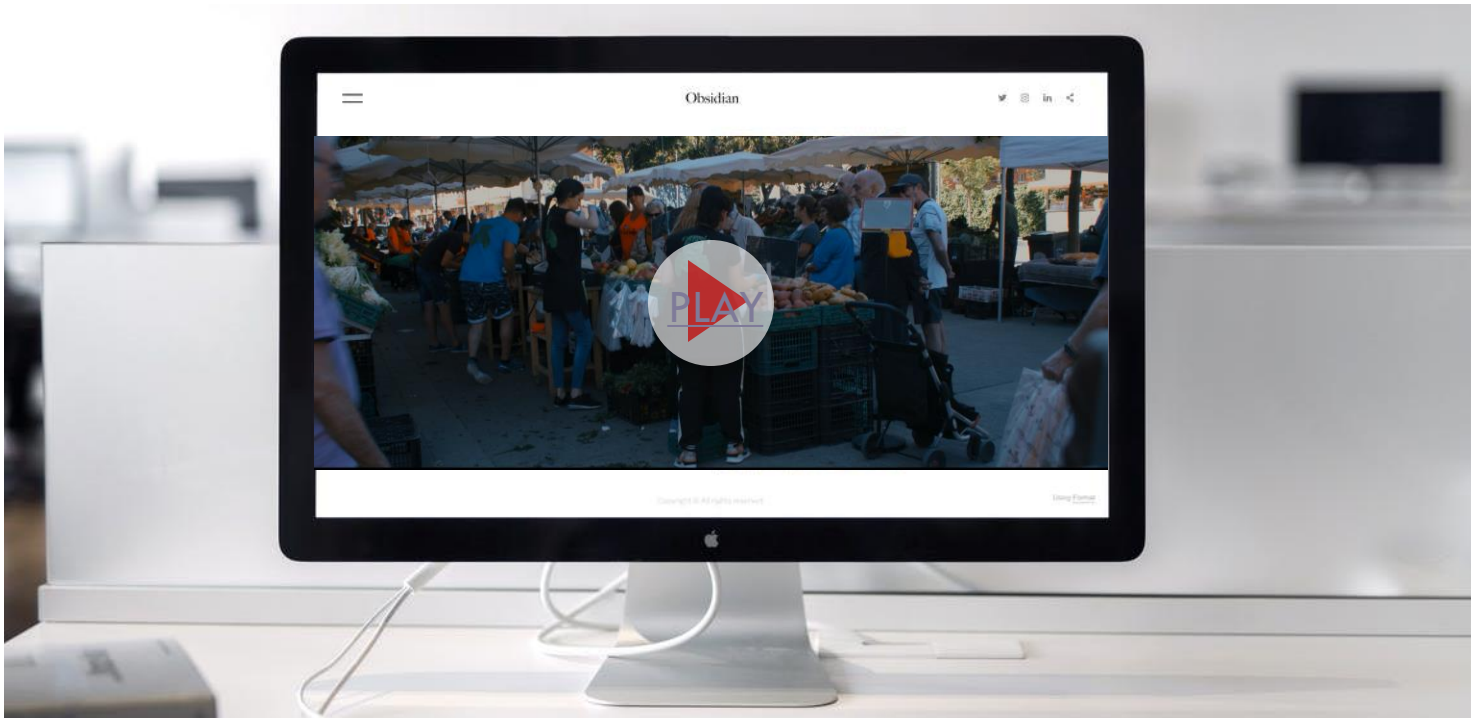
Aquesta guia respon a les necessitats actuals dels comerços, fonamentalment amb la lògica d'augmentar la seva competitivitat, incorporar la innovació en la seva gestió diària i potenciar l'ús de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC).

Esperem que el contingut que et presentem sigui del teu interès i t'animem a participar-hi activament.

Al Prat, estem convençuts que el comerç fa ciutat. Així doncs, t'animo:
**Fem Comerç, Fem Ciutat**

# BENVINGUDA

## El comerç del Prat de Llobregat




Fes clic al "PLAY" per a reproduir en vídeo (s'obrirà en el navegador d'Internet). En el cas que els mecanismes de seguretat del teu programa no ho permetin, copia aquest enllaç (https://bit.ly/3eVJYTq) i insereix-lo al navegador.

# PRESENTACIÓ DE LA GUIA

GUIA DE SUPORT A L'APRENENTATGE DIGITAL

# PRESENTACIÓ DE LA GUIA

## Sobre aquesta guia

La **"Guia de suport per a l'aprenentatge digital del comerç de proximitat"** constitueix una eina de formació dirigida als comerços locals del Prat de Llobregat.

- Es tracta d'una guia amena, àgil i de fàcil lectura, introductòria a tot un seguit d'eines digitals bàsiques que us ajudin a enfortir el model de proximitat comercial tan característic al Prat de Llobregat.
- Una guia on les eines s'expliquen de manera senzilla i, en bona part dels casos, acompanyades d'elements visuals i de recomanacions que t'ajudin a entendre el món tecnològic.
- La guia també proposa petits exemples pràctics que hem anomenat **"Idees comercials".** Es tracta d'exemples que pretenen que visualitzis de manera molt clara com pots aplicar aquestes eines en el teu dia a dia i des d'avui mateix.
- Així mateix, la guia també incorpora uns espais que hem anomenat **"Sabies que,..."** i **"Pren nota de..."** que són petits espais als quals et demanem que prestis molta atenció. No només t'ajudaran sinó que et facilitaran la immersió en l'àmbit digital.

Per últim, només ens queda animar-te a fer d'aquesta guia un punt de suport a la digitalització del teu comerç.

Bona lectura!!

Et presentem la "Guia de suport per a l'aprenentatge digital del comerç de proximitat". Una eina formativa, pràctica i dinàmica que vol ajudar-te a visualitzar com l'entorn digital pot ajudar a millorar les vendes del teu comerç

# COMERÇ DEL PRAT: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

GUIA DE SUPORT A L'APRENENTATGE DIGITAL

# COMERÇ DEL PRAT: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

## El valor del comerç de proximitat

El comerç ha estat i serà, sempre, un referent de la vida social dels municipis. La proximitat del sector envers la ciutadania ha estat un dels pilars fonamentals del comerç que han contribuït a vertebrar ciutats, crear ocupació i generar riquesa.

Amb tot, l'estat actual de confinament i la conseqüent crisi sanitària, social i econòmica requeriran nous plantejaments i noves maneres de construir una xarxa de comerços sòlida i estable.

## Quins seran els reptes de futur del comerç de proximitat?

- **Personalització.** La personalització en la comunicació de l'oferta comercial de productes i serveis serà un dels pilars essencials en el futur comercial de molts comerços.
- **Nous serveis.** Les persones tenen tendència a cercar serveis que els generin un major valor en la seva compra i que suposin un clar valor afegit per a la seva clientela.
- **Confiança.** La cerca de mecanismes que facilitin l'atribució en qualsevol compra resultaran elements essencials per millorar la confiança i la fidelització de la clientela.
- **Adaptabilitat.** Els comerços hauran de fer front a noves maneres de convivència i de compra. Aquest fet requerirà, necessàriament, l'ús de les eines digitals que la tecnologia posa al nostre abast.

# COMERÇ DEL PRAT: PROXIMITAT I DIGITALITZACIÓ

## Per què és important la digitalització del comerç?

Les noves tecnologies i la transformació digital de la societat han contribuït a generar molts canvis en la conducta de la ciutadania. El comerç, que no n'és una excepció, ha vist com els hàbits de compra de les persones, la forma de decidir el que compren, quan i de quina manera ho compren, han modificat les pautes de consum de les persones consumidores. Les noves tecnologies han contribuït a la creació d'eines digitals que comporten tot un seguit d'aspectes que un punt de venda ha de tenir en consideració.

Les noves tecnologies i la transformació digital de la societat han contribuït a generar molts canvis en la conducta de la ciutadania. El comerç ha vist com els hàbits de compra de les persones, la forma de decidir què i de quina manera compren, han modificat les pautes de consum de les persones consumidores.

Les noves tecnologies han contribuït a la creació d'eines digitals que comporten tot un seguit d'aspectes que un comerç ha de tenir en consideració:

- **Una relació molt més estreta i directa.** La comunicació digital implica una nova forma de relació de les persones amb els comerços.
- **Compra a temps real en qualsevol moment del dia.** La persona consumidora pot comprar qualsevol producte i en qualsevol moment del dia.
- **Relacions bidireccionals.** Les persones interactuen cada vegada més en el procés de compra.
- **Omnicanalitat.** La persona consumidora cada vegada voldrà poder comprar més en diferents canals.
- **L'ús dels dispositius mòbils.** L'ús de la tecnologia mòbil farà que la persona consumidora millori la seva experiència de compra envers el comerç.

# EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ DE PROXIMITAT

GUIA DE SUPORT A L'APRENENTATGE DIGITAL

# EINES PER A LA DIGITALITZACIÓ DEL COMERÇ

## De la proximitat del comerç a la tecnologia

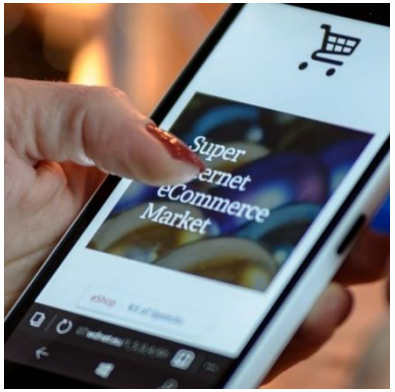
El comerç de proximitat mai serà digital. El nostre comerç haurà de seguir apostant pels valors que sempre li han estat propis: personalització, confiança, servei,...

També és cert que, tot i que no esdevindrà digital, sí que és notori que **haurà d'incorporar la tecnologia en el seu relat i el seu missatge comercial.**

No obstant això, d'eines tecnològiques n'hi ha moltes i en sorgiran moltes més. Tot seguit et proposem aquelles **eines digitals** que, de ben segur, ajudaran a fer que el teu negoci guanyi visibilitat i vendes.

## Quines eines digitals pots utilitzar per vendre més?

- La missatgeria instantània
- La venda telefònica
- Les xarxes socials
- Les videoconferències
- Les webs
- Les botigues online
- Aplicacions mòbils per al comerç

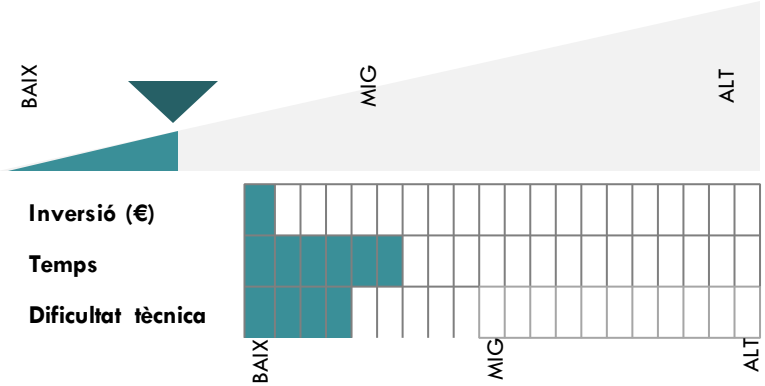


# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. LA MISSATGERIA INSTANTÀNIA

## La missatgeria instantània

La missatgeria instantània és un **sistema digital que permet intercanviar informació a temps real de diferents tipus d'arxius, ja siguin textos, imatges, vídeos o missatges de veu**, i fins i tot fer videoconferències. Entre les aplicacions més conegudes de missatgeria instantània online destaquen WhatsApp i Telegram.

## Quin esforç t'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 entre comerços.
- **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 et pot ajudar a vendre la missatgeria instantània?

La missatgeria instantània ens pot ajudar a mantenir una relació més estreta i constant amb la nostra clientela:

- **Impulsant accions comercials específiques i difonent ofertes.**

  Ens ofereix la possibilitat d'enviar comunicacions i fer accions comercials molt directes.

**Una idea...**

**Bacallaneria:** un establiment pot fer un llistat de contactes de la seva clientela i oferir-li, si així ho desitja, la possibilitat de fer la comanda a través de WhatsApp. Molts ho agrairan.

- **Participant en la resolució de dubtes: donant suport a l'acció comercial**.

  La facilitat d'ús d'aquesta eina en temps real permet que la nostra clientela disposi d'un canal d'atenció molt personalitzat.

**Una idea...**

**Sabateria:** imagina que un dia de pluja reps missatges per saber si disposes de botes d'aigua infantils. El WhatsApp Business és una ampliació per a negocis que t'ofereix la possibilitat de tenir respostes automàtiques.

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

- **Promovent la confiança amb la clientela: reforçant l'acció de fidelització.**

  El fet que es tracti d'una eina utilitzada per les persones ens permet promoure una major confiança i un tancament de comandes més eficient.

**Una idea...**

**Fruiteria:** imagina que fas repartiment a domicili només dos dies a la setmana. Envia recordatoris de la fruita de temporada i d'aquells productes dels quals tens molta oferta tenint en compte el dia de la setmana que cada persona sol fer la comanda.

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

En aquest tutorial t'expliquem com treure millor rendiment de la missatgeria online en el teu negoci. Ho fem mitjançant l'explicació d'una eina de missatgeria, en concret: **el WhatsApp Business**.

**Els ítems que abordem són:**

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

*Fes clic sobre la imatge per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador. També pots copiar aquest enllaç https://bit.ly/2YrClP5 i inserir-lo al navegador.*

### Sabies que...

- És possible vincular el teu telèfon fixe al WhatsApp Business i mantenir el teu número de telèfon mòbil per al WhatsApp *normal*.
- Si vols convertir el teu WhatsApp *normal* en un WhatsApp Business, si després vols tornar enrere perdràs tots els missatges i les configuracions.

### Pren nota de...

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

# Exemple pràctic: Com portar a terme una campanya de WhatsApp Business?

## Et proposem aquest exemple...

Una farmàcia vol ampliar els seus serveis comercials per tal d'oferir un servei molt més personalitzat a la seva clientela que permeti resoldre dubtes, facilitar la compra, generar noves idees de compra i mantenir la clientela contínuament informada de qualsevol aspecte important.

**> I si ho fa creant un canal de WhatsApp Business?**

## Quins elements cal preparar?

**> 1** **Creació de perfil empresarial:** inclou informació important per a la clientela (adreça, horari d'atenció, llocs web, xarxes socials).

**> 2** **Organització de l'agenda:** implica etiquetar els contactes amb paraules clau descriptores per enviar missatges més personalitzats.

**> 3** **Automatització de missatges:** ens permetrà generar informació important com donar la benvinguda, informar d'horaris i canvis. Amb aquest sistema la clientela estarà molt més ben informada del nostre punt de venda.

## Quins beneficis li pot aportar?

**Personalitza el servei:** amb aquesta nova iniciativa, la farmàcia millorarà el servei a la seva clientela.

**Incrementa la confiança:** el WhatsApp permetrà una major confiança de la clientela envers el comerç ja que està orientat a sostenir el servei en el temps.

**Fidelitza la clientela:** amb la introducció d'aquest servei, la farmàcia podrà mantenir el contacte amb la clientela sense que hagi de desplaçar-se a la botiga.

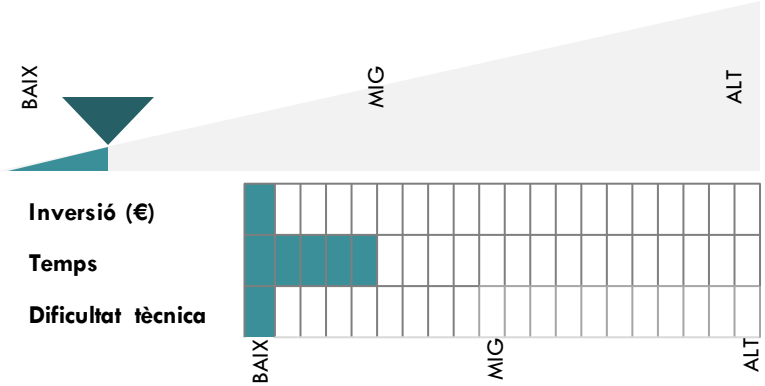
# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. LA VENDA TELEFÒNICA

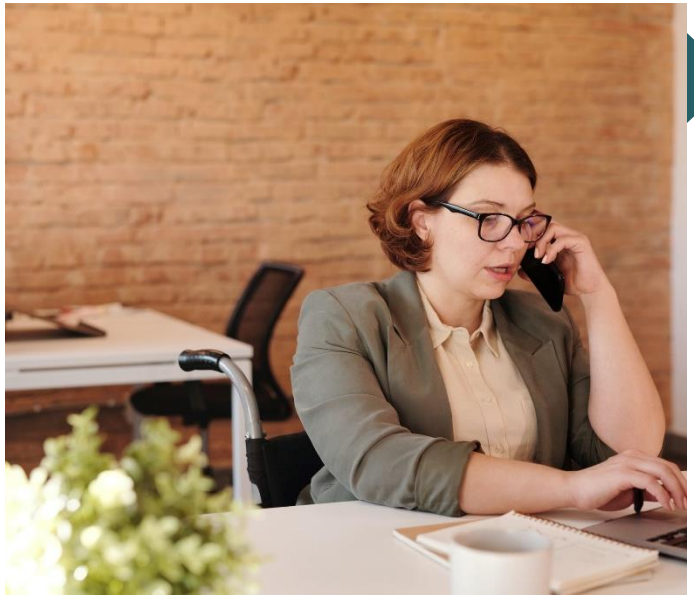
## La venda telefònica

La venda telefònica és l'eina per mitjà de la qual utilitzem el telèfon fix o dispositiu mòbil, ja sigui per **vendre o per mantenir una relació més directa** amb cada persona consumidora.

Quan vulguem fer ús del telèfon per a la venda, un bon **guió i un to amable** seran elements indispensables per poder vendre més i millor.

## Quin esforç t'implica?



## Principals característiques

- **La inversió és baixa.** La venda telefònica en un comerç és una de les eines de venda amb una inversió més baixa. Els costos econòmics són els derivats del consum telefònic mensual.
- **El temps de dedicació és mitjà-baix.** Tot i no requerir, aparentment, massa temps, una trucada telefònica requereix un guió de venda que ens permeti portar a bon port el nostre objectiu.
- **La dificultat tècnica és baixa.** Pràcticament tothom disposa d'un telèfon fix o dispositiu mòbil, de manera que el seu ús és molt àgil.

# Com es pot fomentar la venda telefònica?

La venda telefònica et permetrà facilitar el contacte més directe amb la teva clientela, ja sigui:

**Rebent comandes i impulsant la venda.**

Ens ofereix la possibilitat d'incentivar, tramitar i rebre les comandes que fa la nostra clientela.

**Una idea...**

**Floristeria:** qualsevol establiment pot promoure la venda a través del telèfon. Simplement, ens cal un llistat telefònic de la clientela i un llistat amb els productes que els podem oferir.

>> Si disposes de l'aplicació Bizum, podràs promoure que paguin al moment i instantàniament amb el telèfon.

**Oferint serveis i generant valor a la clientela**.

Ens permet donar a conèixer nous serveis que podem oferir a la nostra botiga, com és el cas de la venda a domicili, l'existència de nous productes...

**Una idea...**

**Xarcuteria:** en moments de confinament com l'actual, et pots posar en contacte amb la teva clientela per informar-la que disposes de servei a domicili (o qualsevol altre servei).

>> Pots posar un cartellet a l'aparador de la botiga tot indicant que ofereixes el servei a domicili. Et sorprendrà!

**Resolent dubtes i reforçant l'acció de fidelització.**

El fet que es tracti d'una eina utilitzada per la persona consumidora ens permet promoure una major confiança i un tancament de comandes més eficient.

**Una idea...**

**Serveis informàtics:** a l'entrada del teu establiment pots posar un cartell amb el número de contacte de l'establiment, i la possibilitat de fer-ho a través de WhatsApp, així com d'e-mail.

>> De ben segur que aquesta persona ho agrairà.

## De la venda telefònica, t'interessa saber...

### Sabies que...

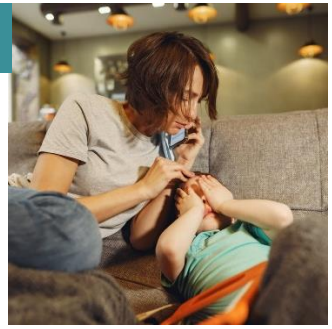
- La venda telefònica ens permet **millorar la relació amb la nostra clientela.**
- A més, és un fantàstic **canal de suport a la compra habitual** i un mecanisme per facilitar la compra a la nostra clientela.
- Hi ha moltes persones que **quan no poden anar al punt de venda prioritzen el canal telefònic**. En alguns casos i segons els seus hàbits, aquest canal encara és dels més utilitzats.
- La venda telefònica pot ser molt efectiva si utilitzem un to amable al llarg de tota la trucada.

### Pren nota de...

- Hem de saber **a qui truquem i qui és la persona amb qui volem parla**r. En el cas d'un comerç, és important que puguem parlar amb la persona interessada.
- És important que **complim la legislació vigent** i que tinguem el permís de la clientela.
- És recomanable **no fer venda freda amb la clientela que no coneixem**. No sol funcionar.
- El telèfon des del qual truques ha de ser **identificable** ja que, en cas contrari, genera dubtes entre les persones receptores.

### Tingues present que...

Hi ha persones que són reticents a fer servir eines digitals: prefereixen utilitzar el telèfon quan, per les circumstàncies que siguin, no es poden desplaçar al punt de venda.



# Exemple pràctic: Com incentivar les vendes amb una trucada telefònica?

## Et proposem aquest exemple...

Una xarcuteria ubicada en un barri del Prat de Llobregat vol impulsar un sistema de venda telefònica per tal que la seva clientela pugui fer les comandes a través del telèfon i/o de qualsevol altre sistema de missatgeria instantània. Al mateix temps, vol aprofitar aquesta situació per fer una promoció.

**> I si ho fa utilitzant la venda telefònica?**

## Què haurà de tenir en compte?

**> 1**

**Contactar amb la clientela a través de:**
- Canals de missatgeria instantània.
- Xarxes socials.
- Trucades telefòniques.

**> 2**

**Preparar el discurs de la trucada:**
- Fixar els objectius de la trucada.
- Tenir el guió amb què es vol exposar.
- Tenir el full de comanda, per si es vol fer aquesta en el mateix moment.

**> 3**

**Realització de la trucada:**
- Missatge de presentació.
- Exposar els objectius i el contingut.
- Agraïment i tancament de la trucada.

## Quins beneficis li pot aportar?

**Facilita la compra de la seva clientela:** amb la introducció d'aquest servei, les persones veuen com els és molt més fàcil comprar a la xarcuteria.

**Incrementa el tiquet mitjà de compra:** amb aquesta actuació, l'establiment podrà veure incrementat la venda de determinats productes que es trobin en promoció.

**Genera confiança:** un bon us de la venda telefònica facilitarà la relació amb la clientela així com una millora en les vendes.

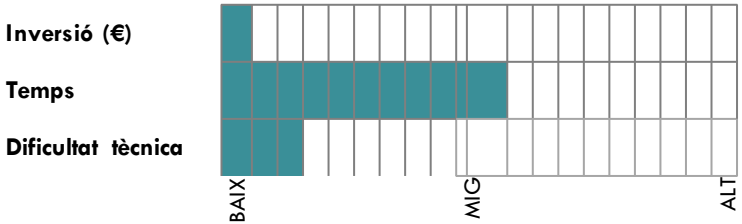
# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. LES XARXES SOCIALS

## Les xarxes socials

En l'àmbit del comerç de proximitat, les xarxes socials són un immillorable espai digital per **promoure la relació amb les persones consumidores.**

Tot i que les xarxes socials ens poden ajudar a vendre, per sobre de tot són **espais de relació, suport i creació de vincles amb les persones consumidores i la comunitat.**

## Quin esforç t'implica?



## Principals característiques

- **La inversió és molt baixa.** Ser present a les xarxes socials no té cap cost econòmic directe, sempre que no es contracti publicitat (la qual depèn del pressupost que estipuli el propi comerç).
- **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 comerç 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 et 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 ens ajudarà:

**Reforçant el missatge comercial.**

Les xarxes socials són un espai ideal a través del qual podem reforçar el missatge comercial de la nostra botiga i sostenir-lo en base a la relació entre persones

**Una idea...**

**Artesà**: la teva xarxa social pot ser l'espai de relació natural amb la teva clientela i amics, que es converteixen en les persones que **et recomanen** i **aporten valor complementari** als teus productes.

>> Demanar a les persones que comparteixin el moment o el lloc en el qual estan fent ús del producte adquirit.

**Millorant la visibilitat del negoci i la seva notorietat.**

La informació que publiquem a les xarxes ens pot ajudar a guanyar credibilitat, de manera que el nostre comerç tingui més reputació envers la comunitat.

**Una idea...**

**Menjars preparats:** les xarxes socials s'han convertit en un **boca-orella extraordinari**. Interactuar amb la teva comunitat parlant sobre maridatges t'aportarà visibilitat i vendes.

>> Recorda que les xarxes ens ajuden a guanyar reputació cap a la comunitat.

**Promovent la comunicació a temps real.**

El fet que es tracti d'una eina utilitzada les persones ens permet promoure una major confiança i un tancament de comandes més eficient.

**Una idea...**

**Papereria:** ha arribat a les escoles una nova moda d'il·lustracions? Les xarxes socials, com la missatgeria instantània, **aporten resposta àgil i ràpida** davant de canvis ràpids i sobtats en el mercat.

>> Les xarxes són espais de persones: comparteix el producte i la teva experiència com a venedor/a.

## De les xarxes socials, t'interessa saber...

En aquest tutorial, en format vídeo, t'expliquem com aprofitar algunes de les xarxes socials per promoure les vendes en un punt de venda.

**Els ítems que abordem són:**

- **El valor de ser presents a les xarxes socials**
- **Com transmetre el valor d'un comerç a les xarxes**
- **Mecanismes per vendre a les xarxes socials**

*Fes clic sobre la imatge per visualitzar el vídeo tutorial i recorda que s'obrirà al navegador. També pots copiar aquest enllaç https://bit.ly/35cAVJx i inserir-lo al navegador.*

### Sabies que...

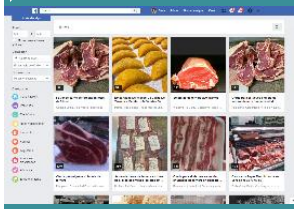
- Avui ja sabem que un petit percentatge de **les vendes al comerç neixen de fotos i vídeos de productes** que es veuen per primera vegada a les xarxes socials. Per això, són una bona eina per arribar a més persones i vendre més.
- Les xarxes socials es construeixen a partir de les persones i a la clientela li agrada **coincidir amb la persona real que hi ha al darrere de cada comerç**: són xarxes de proximitat i autenticitat.
- El comerç de proximitat, a diferència de les grans empreses, té la capacitat per mantenir **converses reals amb la seva clientela**.
- Instagram, com a xarxa social en clara expansió, **no pot contenir enllaços** de venda directa, llevat que es faci una inversió publicitària.

### Tingues present que...

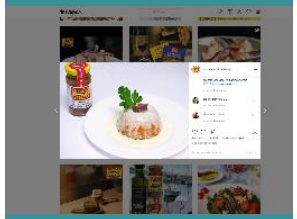
Facebook i Instagram són dues xarxes que disposen de mecanismes de venda a través de les seves plataformes. Els vols conèixer?

# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. 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 Facebook a través d'un perfil personal y cerca "marketplace". 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 els comerços. Tingues present que si hi vols entrar, ho has de fer com a particular i no pas com a negoci. |
| **Facebook Pàgina de negoci** | Disposar d'un espai en una xarxa social de referència, on pots anar publicant informació relativa al teu comerç: fotografies de productes, vídeos del negoci, idees i suggeriments de compres, o altres idees que potencien la venda. | Accedeix a la web d'aquesta xarxa social amb el teu perfil personal i crea una pàgina de "Negoci Local". D'aquesta manera, podràs mostrar productes en la pestanya "Botiga", els quals també apareixeran en el teu mur. | Publicar articles i difondre'ls no té cap cost.<br><br>Però has de pensar que, des d'una pàgina de negoci, sí que tens l'opció de fer publicitat dels productes per arribar a més gent. En aquest cas, sí que tindria un cost. | El repte de mantenir en el temps un perfil publicant continguts diversos i equilibrant els continguts comercials i els que ajuden a construir la teva marca i els valors pels quals la teva clientela et tria i continua repetint. |

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



**Instagram**

| T'ajuda a... | Com ser-hi? | Costa diners? | Alerta amb... |
|---|---|---|---|
| Transmetre el missatge comercial del teu comerç a través d'imatges i vídeos en el mur o les *stories*… Però també mostrar productes. Les vendes es faran a través de missatges directes. | Un negoci a Instagram es pot gestionar des d'un telèfon molt fàcilment. També hi ha la possibilitat de fer un perfil per a negocis si és que, en el futur, preveiem fer publicitat. Essencialment, els dos són molt semblants. | Publicar articles 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. | Igual com amb les pàgines de Facebook, el repte és mantenir una rutina en la publicació de coses diverses, sempre vinculades al negoci. Si s'equilibren els continguts comercials, aniràs pel bon camí per trobar noves persones consumidores. |

### Pren nota de...

- Originàriament, les xarxes socials no han estat concebudes com a espais dissenyats per actuar com a marketplace. No són espais propis per a la venda online. Les xarxes socials són més aviat espais on pots compartir continguts de tendències, d'inspiració, així com de les teves propostes comercials.
- Les xarxes socials són un element molt viu, subjecte a modes i a canvis de tendència, al qual cal estar atent si vols generar atractiu entre la teva clientela.
- Les xarxes socials requereixen un cert temps per a fer publicacions, penjar notícies, vídeos.

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

## Et proposem aquest exemple

Una petita llibreria de barri es planteja crear un perfil a Facebook. Els seus objectius són, per una banda, millorar la notorietat del seu comerç, i, per l'altra, obrir una pàgina de negocis en aquesta xarxa per publicar les darreres novetats editorials. Amb aquesta acció es vol iniciar en el món digital.

**> Serà una bona opció?**

## Què haurà de tenir en compte?

**> 1**

**Abans**
Creació del perfil a la xarxa social amb la informació bàsica del negoci.
Comunicació a la clientela d'aquest nou perfil a la xarxa social.

**> 2**

**Durant**
Publicació dels productes que es volen donar a conèixer.

**> 3**

**Després**
Crear un pla de comunicacions que voldrà fer a la xarxa social (publicacions de novetats, idees de lectura, recomanacions).

## Quins beneficis li pot aportar?

**Comunicació més directa i estreta:** amb aquesta estratègia posarà a disposició de la clientela un canal de comunicació més directe i personalitzat.

**Difusió de l'oferta comercial:** amb la creació de la pàgina de negocis, disposarà d'un nou canal de difusió de les novetats editorials

**Nou canal de relació amb la clientela:** la xarxa social li permetrà poder relacionar-se, de manera constant, amb persones consumidores més joves i més habituades als espais digitals.

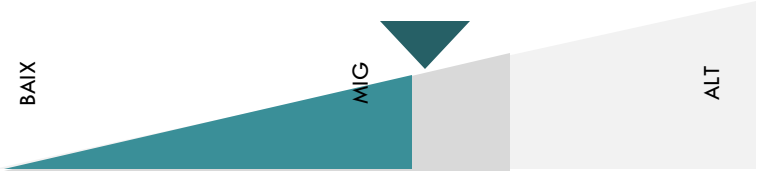
# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. LES VIDEOCONFERÈNCIES

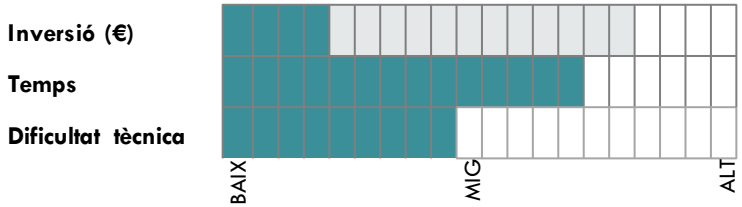
## Les videoconferències

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 del món.

Et poden ajudar a **millorar l'experiència de compra** de la clientela en moments en què el comerç està tancat.

## Quin esforç t'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 comerç 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:

**Mostrant productes i generant vincles.**

Ens permet ensenyar, a través de vídeo i en temps real, els productes i serveis que tenim al nostre comerç

**Una idea...**

**Botiga de complements:** una botiga de moda i complements que vol acabar de vendre els seus productes de temporada de primavera-estiu pot crear una videoconferència per ensenyar els productes a la seva clientela i amics.

**Celebrant esdeveniments i creant confiança.**

Ens pot ajudar a realitzar activitats que complementin i generin més valor a la venda dels nostres productes (tallers demostratius, xerrades, etc.)

**Una idea....**

**Pastisseria i forn de pa:** per complementar la venda de pa i pastes, una pastisseria pot organitzar un taller de demostració sobre com els nens petits poden fer pastissos casolans.

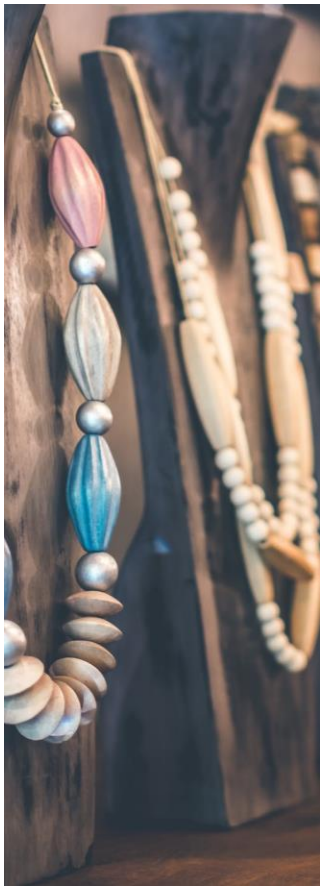
**Resolent dubtes i fidelitzant clientela.**

La videoconferència ens pot facilitar la feina de resoldre qualsevol dubte de la clientela de manera personalitzada (dubtes en com instal·lar un producte, dubtes de la postvenda...).

**Una idea...**

**Electrodomèstics:** una videoconferència pot fer que un comerç de venda d'electrodomèstics ensenyi a una persona com sintonitzar els canals de la televisió que ens han comprat fa pocs dies.

>> De ben segur que t'ajudarà a fidelitzar nova clientela.



## 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 tot tipus d'arxius** (documents, vídeos, webs) els quals et poden ajudar a promocionar el teu comerç.
- Les videoconferències et permetran **reduir costos de desplaçament i generar trobades** de manera fàcil i ràpida.

### Pren nota de...

- Tingues present que els programes de videoconferència disposen de **versions gratuïtes i de versions de pagament.**
- Les videoconferències requereixen que tant el comerç com la clientela **disposin de dispositiu mòbil i d'una bona connectivitat i velocitat a Internet.**
- La major part de programes de videoconferència **disposen d'equips de suport** de la mateixa plataforma per resoldre dubtes.

### Quins programes de videoconferència puc utilitzar?

Tot i que són molts els programes de videoconferència, entre els més anomenats disposes de Meet de Hangouts i ZOOM Meeting. Són molt intuïtius i fàcils d'usar. T'hi animes?

## | Exemple pràctic: Com planificar una videoconferència?

### | Et proposem aquest exemple...

Un comerç que es dedica a la venda de productes naturals vol fer arribar a la seva clientela informació sobre una nova línia de productes de temporada d'estiu. Així mateix, vol informar dels beneficis saludables que aquests nous productes aporten a la gent de mitjana edat.

### > I si ho fa amb una videoconferència?

### | Què haurà de tenir en compte?

**> 1**

Fes difusió de l'activitat entre la teva clientela:
- Canals de missatgeria instantània
- Xarxes socials.
- Trucades telefòniques.

**> 2**

Prepara la videoconferència:
- Tria una plataforma de videoconferències
- Crea la reunió i prepara el codi d'accés.
- Fes arribar aquest codi als teus contactes.
- Verifica que el so i la càmera funcionin.

**> 3**

Fes la presentació:
- Trasllada la imatge del comerç a la presentació.
- Prepara els arxius que vulguis presentar.
- Facilita les dades de contacte per a qui vulgui comprar.

### | Quins beneficis li pot aportar?

**Consolida la imatge de marca del comerç:** els participants poden conèixer nous productes i noves idees per a la compra

**Ens ajuda a mantenir-nos vius:** la videoconferència permetrà que els assistents prenguin consciència que el nostre comerç segueix treballant.

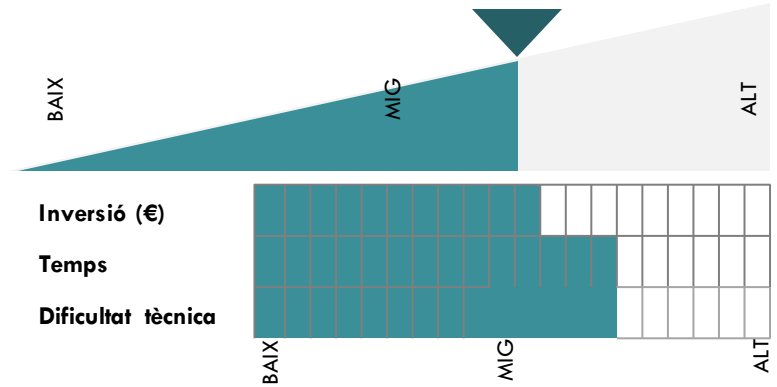
**Genera idees de possibles compres i fidelitat cap al nostre establiment:** la videoconferència pot fer que la clientela ens compri els productes presentats així com d'altres.

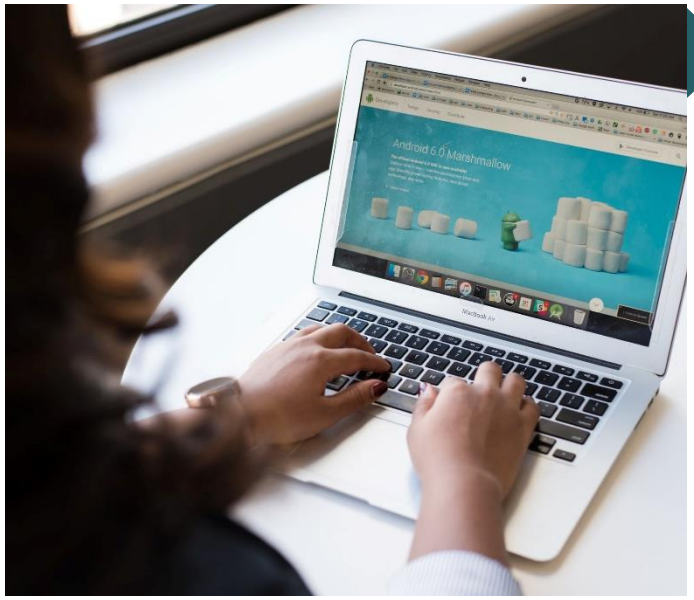
# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. ELS WEBS

## Els webs

Un web és un espai a Internet que fem servir com l'**aparador digital del nostre comerç.** De fet, pot convertir-se en un immillorable aparador del nostre comerç i, al mateix temps, és una eina idònia per **informar, divulgar i donar a conèixer** tota aquella informació que volem difondre sobre el nostre punt de venda.

## Quin esforç t'implica?




## Principals característiques

- **La inversió és mitjana.** Tot i que el rang de preus pot arribar a ser molt ampli i subjectiu, una pàgina web es pot contractar a partir d'uns 600 euros. Això sí, cal preveure, sempre, els costos de domini, manteniment i allotjament.

- **El temps de dedicació és moderat.** En funció de quins siguin els objectius del nostre web, la dedicació pot ser més o menys àmplia. En general, però, una web que pretengui informar de la nostra proposta comercial no ha de presentar massa dificultats de dedicació.

- **La dificultat tècnica és moderada.** Depèn molt de quin sigui l'ús que li vulguem atorgar al web (informació, creació de continguts,...) i la tecnologia emprada. Tot i això, la dificultat de gestió sempre s'acaba simplificant.

## Com et pot ajudar a vendre un web?

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

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

Un web és un immillorable aparador per compartir el nostre catàleg de productes, actualitzat en tot moment.

**Una idea...**

**Roba esportiva:** una botiga de moda esportiva pot disposar d'un web amb un catàleg dels seus productes que es pot actualitzar en tot moment.

*>> Actualment bona part dels programes de gestió d'estocs per a botigues permeten programar actualitzacions automàtiques al lloc web.*

**Millorar la imatge del comerç i la seva solvència.**

Un web et pot permetre reforçar el valor de la imatge del comerç ja que són moltes les persones que quan busquen informació cerquen la web com a primera opció.

**Una idea...**

**Il·luminació:** un comerç dedicat a la venda de llums i instal·lació de focus es pot plantejar, perfectament, crear un web amb informació relativa als seus serveis. De ben segur que l'ajudarà en la seva imatge de marca.

**Compartint informació.**

Un dels avantatges que aporta tenir un web és la creació de continguts que consolidin el missatge comercial i la credibilitat del punt de venda.

**Una idea...**

**Centre d'osteopatia:** un centre d'osteopatia del Prat pot crear un lloc web on, més enllà d'oferir els seus serveis, també hi pot publicar articles sobre la bona salut de les articulacions de les persones.

*>> Aquests articles, a més, els podran compartir a través de Facebook, WhatsApp o Telegram.*

## De les pàgines web, t'interessa saber...

### Sabies que...

- Si disposes d'una web, quan qualsevol persona et busqui, sempre li **serà molt més fàcil trobar-te a Google.**
- **Un web permet mostrar molta informació visual d'un comerç** (imatge interior de l'establiment, instal·lacions, vídeos explicatius de l'oferta comercial...).
- 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 el teu propi web i mantenir-lo actiu tingues present que tenen certs costos de manteniment i de temps.
- No tots els comerços cal que tinguin web. Si no vols disposar d'una web amb informació bàsica, pots fer ús d'aplicacions gratuïtes que cobreixen la mateixa funció *(mira a la pàgina 42 d'aquesta guia)*.
- **La seguretat a Internet** és molt important. Si disposes d'una web sempre necessitaràs un bon suport de seguretat.

### Tingues present...

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

# | Exemple pràctic: Com millorar les vendes a través d'un web?

## | Et proposem aquest exemple...

Una botiga de fotos ofereix des de seccions familiars per a nounats i celebracions, fins a fotografia professional. La veritat és que les xarxes socials funcionen molt bé per al boca-orella, però l'estacionalitat d'algunes celebracions i els diferents perfils de la clientela compliquen la gestió d'aquestes xarxes.

**> I si ho fa amb un web per al comerç?**

## | Què haurà de tenir en compte?

**> 1** En primer lloc, amb la creació del nou web caldrà pensar molt bé els productes que es volen mostrar, així com la informació que es vol compartir. Definir l'oferta que hi volem posar és molt important!

**> 2** Per tal que el web transmeti el missatge comercial del comerç, haurà de diferenciar, de manera clara, els dos perfils de persona consumidora diferents als quals vol arribar (famílies i professionals).

**> 3** Paral·lelament a la definició dels dos grups de clientela als quals volem dirigir l'oferta comercial, caldrà que el web presenti una proposta de valor molt clara.

## | Quins beneficis li pot aportar?

**Actualització de l'oferta:** el nou web actua com un catàleg digital que es pot actualitzar contínuament i afegint els canvis que el comerç cregui oportuns.

**Credibilitat:** la possibilitat que les persones internautes puguin visualitzar al web projectes fets pel nostre establiment, ens ajudarà a transmetre més confiança i seguretat a la clientela.

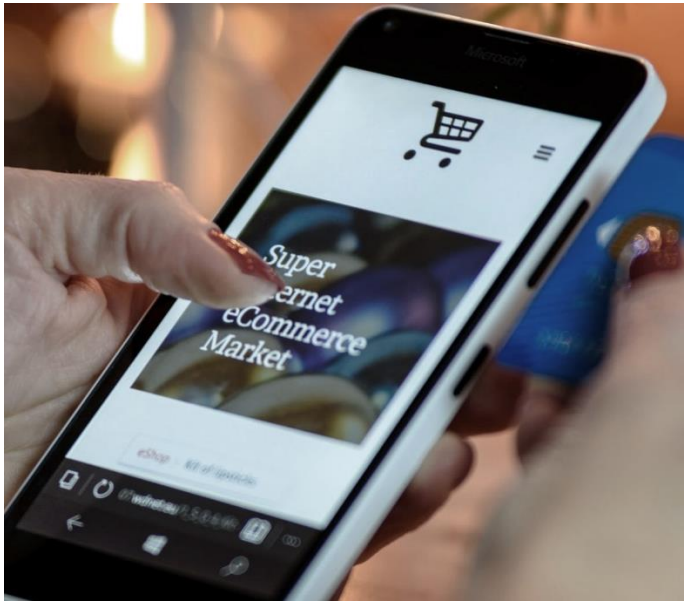
**Flexibilitat:** Estalvia costos d'impressió de catàlegs físics... en un sector subjecte a canvis estètics. Això suposa un estalvi.

# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. LES BOTIGUES ONLINE

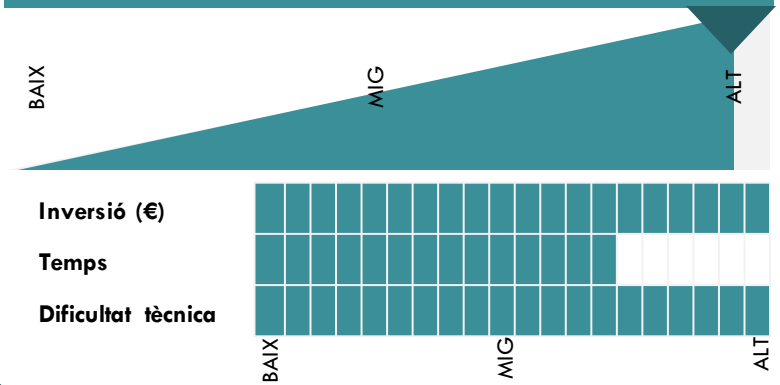
## Les botigues online pròpies

Les botigues online són una forma de comerç electrònic, **també conegut com a *e-commerce*,** a partir del qual es poden vendre productes o serveis a través d'una pàgina web. Les botigues online es caracteritzen per oferir una àmplia oferta de productes amb totes les seves característiques.

Un comerç pot crear la seva pròpia botiga, tot i que també **disposa d'alternatives i variants a un comerç online propi.**




## Quin esforç t'implica?




### Principals característiques

- **La inversió és alta.** Posar en marxa una botiga online implica una significativa inversió de recursos. Aquesta eina digital implica la construcció d'una pàgina web, un cost de manteniment i la posada en marxa d'estratègies de publicitat complementàries. Tot plegat es pot contractar a partir de 1.200 euros.

- **El temps de dedicació és mitjà-alt.** Un comerç electrònic propi pot requerir un cert temps de dedicació en la seva posada a punt.

- **La dificultat tècnica és alta.** El conjunt d'elements que hi intervenen fa que sigui complex crear i mantenir una botiga online que ofereixi garanties de seguretat i viabilitat comercial.

## Com et pot ajudar a vendre una botiga online pròpia?

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

**Automatitzant continguts i facilitant la compra.**

Gràcies als processos automatitzats de les botigues online, la clientela escull els productes que volen, paguen i rebem el pagament.

**Una idea...**

**Ferreteria:** una ferreteria que ven als polígons industrials del voltant té moltes comandes repetides que treuen molt temps al telèfon dels seus venedors. Una botiga online li permetrà disposar de mecanismes per automatitzar les comandes i ser més eficient en les vendes.

**Ampliant horaris i aproximant-nos a les persones.**

Una botiga en línia està disponible per a qualsevol persona les 24 hores del dia i durant 365 dies.

**Una idea...**

**Una parada de mercat:** una parada de productes alimentaris ubicada en el mercat municipal pot disposar d'una botiga online per donar resposta a aquelles persones que no poden comprar durant els matins.

**Ampliant zones geogràfiques i captant nous perfils de persona consumidora.**

Les botigues online no només no tenen horaris sinó que tenen la capacitat d'arribar a molta més clientela que no pas la d'una botiga física.

**Una idea...**

**Botiga d'esports:** una botiga d'esports que es dedica a la venda de material d'alta muntanya pot obrir un comerç online per vendre els seus productes a noves zones geogràfiques i captar, així, nova clientela.

## De les botigues online, t'interessa saber...

### Sabies que...

- Les botigues online poden facilitar:
  - **la comercialització de productes singulars** ja que disposen d'una major capacitat de diferenciar-se de la competència.
  - **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 ser més eficient i millorar la teva presència al món digital.**

### Tingues present...

Aquells comerços que vulguin vendre online sense disposar d'un comerç online propi, **disposen d'alternatives menys costoses** i amb menys complexitat tècnica.

### Pren nota de...

- Cal invertir un cert temps **en la planificació dels detalls:** nom del domini, servidor, eines tecnològiques, sistema de distribució, 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.

## Alternatives a les botigues online pròpies: els Marketplace

Un Marketplace és un tipus d'e-commerce en què qualsevol comerç pot vendre els seus productes a través d'una plataforma digital ja existent, i de manera ràpida i fàcil.

### Principals beneficis

- **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 comerços.
- **Una gran botiga al servei d'un comerç.** 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

- Cal que tinguis en compte de quina manera les **condicions i els termes del contracte** amb cadascun d'aquests Marketplace poden condicionar la gestió òptima del comerç i de les seves vendes.
- Tingues present que en aquests espais hi pots trobar **molta competència**, fet que pot suposar una reducció de marges comercials i el desconeixement de qui compra els teus productes.

### Per vendre a un Marketplace…

Aquests són els principals passos per vendre a una plataforma com Glovo o Deliberoo:

- Decideix què vols vendre.
- Selecciona la tarifa que més et convingui.
- Registra el teu comerç a la plataforma.
- Comença a publicar productes a la plataforma (descripció dels productes, les imatges d'aquests productes, etc.).

## | Exemple pràctic: Com planificar una botiga online?

### | Et proposem aquest exemple...

Un peixater disposa de dos tipus de clientela: la clientela del dia a dia, i restaurants i bars de l'entorn que quasi sempre fan el mateix tipus de comanda per satisfer la carta. Aquestes comandes li arriben per telèfon, WhatsApp, e-mail, i sovint costa fer el seguiment dels pagaments.

**> I si ho fa amb una botiga online?**

### | Què haurà de tenir en compte?

**> 1** En primer lloc caldrà determinar quin sistema tecnològic és el més adequat per a la creació de la nova plataforma online que ens pugui oferir una resposta que s'ajusti més a les nostres necessitats.

**> 2** Cal tenir present que aquesta plataforma no va dirigida a vendre al públic en general, sinó que anirà molt enfocada a la tipologia de clientela que per horaris i temps no ens sol comprar.

**> 3** Per últim, el nou sistema permetrà que les compres freqüents s'executin fàcilment i, a més, que es pugui fer un seguiment de la recepció i el pagament de manera fàcil.

### | Quins beneficis li pot aportar?

**Facilita la fidelització de grups de clientela:** amb un comerç online propi podem facilitar la compra de determinats grups de persones.

**Facilita la tramitació de comandes i el seu pagament:** contribueix, per tant, a agilitzar la gestió logística i administrativa.

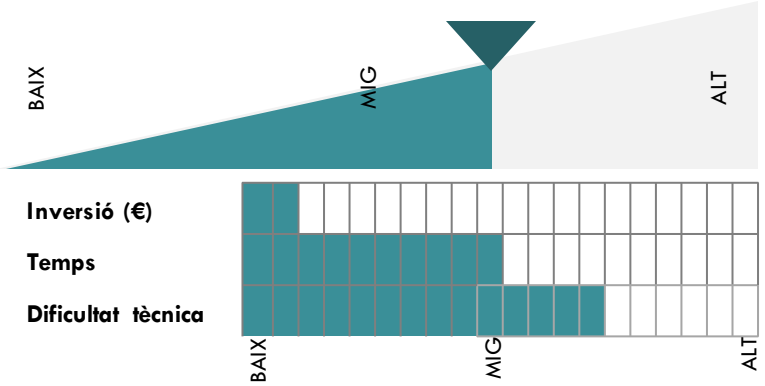
**Consolidació de la clientela:** la plataforma permetrà captar un col·lectiu de persones consumidores a les quals fins ara era molt difícil accedir.

# EINES DIGITALS PER AL COMERÇ. APLICACIONS PER AL COMERÇ

## Aplicacions per al comerç

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 tipologies ben diferents d'aplicacions mòbils** aplicables al comerç. Tot seguit t'exposem aquelles que el comerç pot utilitzar com a mecanisme de suport en la seva gestió.

## Quin esforç t'implica?



## Principals característiques

- **La inversió és baixa.** En general les APP són escalades en funció de les necessitats o de l'ús, i per això solen ser de baix cost o, fins i tot, gratuïtes.
- **El temps de dedicació és mitjà.** Tot i que en les fases inicials cal invertir un temps significatiu per saber com funciona, la vocació final és agilitzar processos i fer el nostre temps més eficient.
- **La dificultat tècnica és mitjana o moderada.** Tot i que la dificultat d'ús sol ser moderada, segons les característiques de cada aplicació, treure'n el màxim rendiment pot ser complicat.

## Les aplicacions mòbils per al comerç.

### Com et poden ajudar a vendre i ser més eficient?

Fins ara, has pogut conèixer les diferents eines digitals que la tecnologia ens ofereix per vendre. En general es tracta d'eines que, de ben segur, t'ajudaran a millorar la gestió del teu comerç.

Tanmateix, també la tecnologia digital ofereix un ventall més ampli de solucions tecnològiques per millorar l'eficiència en la gestió dels vostres negocis. Bona part d'aquestes solucions són aplicacions mòbils. Les aplicacions mòbils són petits programes informàtics dissenyats per ser utilitzats en dispositius mòbils (telèfons i tauletes).

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:

**Agilitzar la compra de la clientela** amb mesures que facilitin la gestió de la informació, el pagament...

**Promoure una comunicació millor** del nostre negoci amb les persones del teu entorn.

**Realitzar accions de promoció i difusió** del nostre negoci utilitzant la tecnologia digital.

**Millorant, en general, la gestió integral** del negoci amb aplicacions molt diverses i transversals.

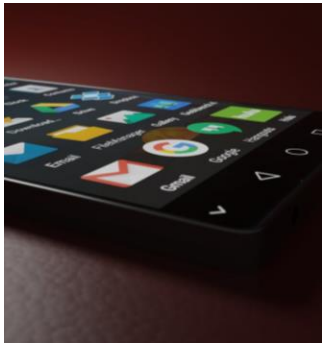
**ⓘ Tingues present...**

D'aplicacions n'hi ha de gratuïtes i de pagament, i n'existeix una gamma àmplia, que et poden ajudar molt en el teu comerç.
*Les vols conèixer?*

## Quines aplicacions digitals poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?

| | Són APP per... | Algunes APP: | |
|---|---|---|---|
| **APP de geocalització** | Les aplicacions de geolocalització permeten que les persones ens pugui trobar de manera fàcil i àgil. Són petits instruments que no només permeten que una persona ens pugui ubicar de manera fàcil, sinó que al mateix temps ens ofereixen un ampli ventall d'informació com els nostres horaris, l'adreça exacta, fotografies de la nostra botiga... | L'instrument de geolocalització més conegut és **Google My Business** (gratuïta), on es carrega la informació de l'aplicació **Google Maps.** Has de saber, però, que els telèfons Apple (IOS) funcionen, per defecte, amb una aplicació diferent, Maps Connect. No podem oblidar les APP de geolocalització especialitzades: **Trip Advisor** (gratuita) és una de les referències per a establiments de restauració. | |
| **APP de pagament** | En el context actual, marcat per l'agilitat i la facilitat de compra, hi ha aplicacions que poden ser de molta rellevància per a les persones consumidores i per al comerciant. Es tracta de les aplicacions que permeten fer el pagament mitjançant el telèfon mòbil tant per a comerços com entre particulars.<br>*>> Si poses en marxa algun d'aquests sistemes de pagament, et suggerim que ho anunciïs.* | **Bizum** és una plataforma digital a través de la qual es poden realitzar pagaments de manera instantània entre persones. És una bona alternativa a les transferències bancàries i la major part d'entitats financeres l'accepten com a mitjà de pagament. Bizum és gratuita.<br><br>Tot i la popularitat de Bizum, n'existeixen d'altres. Entre les més conegudes segur que et sonarà PayPal. | |

## Quines solucions digitals poden ajudar el teu comerç a ser més eficient?

| | Què és? | Aporta al comerç... | |
|---|---|---|---|
| **Codis QR** | És una mena de codi de barres que la clientela pot llegir mitjançant el seu telèfon mòbil. En cas que disposis d'una web del teu comerç, els codis QR et permetran donar-hi més visibilitat, de la mateixa manera que aconseguiràs un major volum de vendes ja que es poden configurar cupons de descompte, propostes de venda creuada, etc. | Els codis QR en el comerç tenen com a objectiu principal la interacció amb cada persona. A partir de diferents codis QR repartits en diferents punts de l'establiment, una persona pot interactuar amb el comerç i accedir a informació comercial: informació específica, promocions... Els codis QR, per tant, poden incentivar l'experiència de compra de l'usuari. | |
| **Guardar arxius** | Són serveis d'emmagatzematge de tota mena d'arxius, imatges i vídeos. Permeten treballar des de qualsevol lloc així com poder compartir tota aquesta informació. | **Google Drive** i **OneDrive** de Microsoft són els sistemes d'emmagatzematge més coneguts i disposen d'una versió gratuïta. En general, permeten a un comerç disposar d'accés a arxius, imatges de productes, llistats de preus des d'ordinadors, telèfons o tauletes. |  |

# RESUM DE LA GUIA

GUIA DE SUPORT A
L'APRENENTATGE DIGITAL

# RESUM FINAL DE LA GUIA

## Resum final de la guia

El comerç local seguirà sent un dels motors econòmics de qualsevol ciutat.

**El Prat de Llobregat** no en serà una excepció, i el seu comerç seguirà contribuint a la riquesa, l'ambient i la vida de la ciutat així com dels seus barris.

Mentrestant, **la persona consumidora seguirà disposant, accedint i fent ús de noves tecnologies** que, de ben segur, i mica en mica, aniran modificant els seus hàbits i la seva manera de comprar.

En general, tots aquests canvis implicaran la **necessitat que els comerços de la ciutat també siguin capaços d'adaptar-s'hi**.

Requerirà, per tant, que **el teixit comercial del Prat comenci un llarg camí cap a normalitzar l'ús de les noves tecnologies** en el seu punt de venda.

> El comerç local seguirà sent, sempre, un motor econòmic del Prat.

## Resum final de la guia

Els principals elements que cal que els punts de venda tinguin presents, els podem resumir en:

- **Pèrdua de la por a la tecnologia.** La tecnologia formarà part de nosaltres i dels nostres comerços.
- **La tecnologia com a mecanisme de relació comercial.** La tecnologia esdevindrà un mecanisme molt important, no només a nivell de venda sinó també de relació amb la clientela.
- **Relació directa amb la persona consumidora.** Caldrà estar molt més en contacte directe amb la clientela.
- **Habilitats digitals.** Serà molt important la formació en habilitats digitals a qualsevol persona i comerç.
- **Experiència de compra.** L'experiència de compra de cada persona serà molt important i transcendirà de la realitat física al món online.

**La tecnologia com a via de relació amb la clientela**

**Relació directa amb les persones**

**Pèrdua de la por a la tecnologia**

**Assolir competències digitals**

**L'experiència de compra de l'usuari**

Ajuntament del Prat de Llobregat