

2ª JORNADAS DE GESTIÓN DE EXPLOTACIONES AGRARIAS. “LA VENTA DIRECTA COMO OPORTUNIDAD”

Fecha: 29 OCTUBRE 2020

PRIMERA PARTE: Comunicación de la Venta Directa

1ª PONENCIA: Herramientas de comunicación on-line. Fran Simon. Innwit agencia de innovación digital.

Fran Simón. Socio de INNWIT. Agencia de innovación digital, se dedica al diseño y desarrollo de todo tipo de productos digitales, como páginas web, APP, etc.

Nos va a dar unas pinceladas de las múltiples posibilidades del “mundo virtual” para llevar a cabo la venta directa, y nos va a contar brevemente las herramientas de comunicación que se dispone para vender on line.

Innwit ayuda a crear la imagen, digital o corporativa de una empresa. Crean la marca y apoyan la transformación digital.

Según Fran Simón no hay alternativa a estar en internet: “Si no estás ahí no existes”, a pesar del conocimiento que pueda tener un negocio en la zona de acción. Incluso las personas usuarias conocidas, en primer lugar realizan la búsqueda por internet.

A las personas productoras locales no solo se les debe conocer en su zona de acción, si no fuera de la misma. Incluso las personas usuarias no contactarán si realizan la búsqueda en *Google* y no encuentran lo que buscan. Y dentro de *Google* debe estar en *Google Maps* ya que se ha convertido en una herramienta de búsqueda muy importante. Para estar presentes en este medio hay que dar de alta el negocio en *Google My Business* (gratuito y solo es necesario tener cuenta de correo de gmail) y de esta manera cuando alguien pinche en el negocio puede obtener múltiple información (horario, dirección, como llegar, página web, etc.).

La recomendación es utilizar el mismo nombre en la mayoría de lugares donde se use, porque si no las personas usuarias se confunden. El nombre debe ser reconocible.

En la medida que se pueda, hay que crear unos mínimos de marca, packaging y tono comunicativo y esto hay que verlo como una inversión y no como un gasto.

Tener una página web (donde también es interesante que el nombre esté reflejado en la URL) de “posicionamiento” es fundamental, ya que muchas veces es la primera

toma de contacto con un cliente. Es recomendable hacer una pequeña formación para introducirse en este mundo.

Actualmente hay muchas herramientas digitales y sencillas para poder trabajar tu propia página web, y si no es posible, acudir a profesionales. Es mejor utilizar un gestor fácil de usar para crear la página web e interesante buscar ayudas públicas o subvenciones de apoyo a la digitalización.

Para la realización de una página web, se necesita un dominio y un *hosting* (cuesta unos 150€/año). Además puede ayudar utilizar un gestor de contenidos, que son programas para ayudar a gestionar la página web mediante un panel de uso (por ejemplo para configurar una tienda *on-line*). Es importante conocer si el gestor está más orientado en la página web tradicional o al comercio electrónico. Desde Inwit se recomienda *WordPress* (el 80% de las páginas web globales lo tienen de gestor). También existen empresas que ofrecen un “llave en mano” facilitando el dominio, *hosting* y gestor, y aunque son buenas opciones para iniciarse en este mundo pueden cautivarte.

En cuanto a las redes sociales no todas valen para todos los negocios. Implican trabajo y esfuerzo por lo que no hay que abarcar más de lo que se puede. Hay que asegurarse de cuál es la red social más adecuada para tu negocio, por el público objetivo ya que cada red social es para una edad concreta.

Ahora se ha creado *Whatsapp Business* en el mercado del negocio *on-line*, que va a romper con la comunicación tradicional, ya que va a permitir crear respuestas automáticas, conectar directamente con el cliente, romper barreras protocolarias hasta ahora existentes. En el futuro también se podrán colgar catálogos y pagar a través de esta herramienta digital.

Sobre las tiendas *on-line* hay que saber que generan una carga de trabajo igual o superior a una venta tradicional. Es necesario conocer las implicaciones que tiene. Un mal envío provoca una muy mala experiencia de compra, por lo que hay que realizar el envío con empresas contrastadas. Fran insiste en que hay que comenzar con la venta *on-line* una vez funciona bien la venta física ya que no se factura desde el primer día.