DICIEMBRE 2021-ENERO DE 2022, ARUCAS/GRAN CANARIA

¡Arucas es la caña!

BOLETÍN DE COMUNICACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE EMPRESARIOS DE ARUCAS

#08

ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO E INNOVACIÓN DE LAS PYMES DE ARUCAS, ADIPYMES.

Alcalde Suárez Franchy, 5 Bajo
Arucas, Gran Canaria/ 35400
adipymes@gmail.com
info@arucasbulevar.com
www.facebook.com/adipymes
@arucasbulevar

Dirección:
Margarita Hernández
María del Carmen González

Diseño & trabajo periodístico:
Marcela Serna
www.creatininas.com

Proyecto financiado por:
la Consejería de Industria, Comercio, Artesanía y Vivienda del Cabildo de Gran Canaria

Todo el material está sujeto a derechos de autor. Queda terminantemente prohibido distribuir el contenido del boletín o una parte de éste sin autorización expresa del autor. Las opiniones expresadas en "Arucas es la caña" no tienen por qué ser las de La Asociación de Empresarios de Arucas.

6 propósitos para las empresas de Arucas en 2022

Tener un catálogo online es una asignatura obligatoria para los negocios que quieran expandir sus ventas, pero es que además conlleva muchísimas ventajas:

- Ahorro de costes (más baratos de mantener que el papel)
- Plazos de lanzamiento más rápidos
- Sin límite de espacio y materiales para el catálogo
- Análisis de comportamiento de clientes
- Distribución en múltiples canales de venta y redes sociales
- Potencial de alcanzar audiencias más amplias y nuevos mercados
- Interactividad con el usuario
- Atención al cliente más ágil y eficaz
- Correcciones de catálogo instantáneas
- Marketing omnicanal y flexible

ORGANIZA
ADIPymes arucas
ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO E INNOVACIÓN DE LAS PYMES DE ARUCAS, ADIPYMES
arucas bulevar
ZONA COMERCIAL ABIERTA DE ARUCAS
FINANCIA
Cabildo de Gran Canaria
Empleo, Industria, Comercio y Artesanía

▶6 propósitos para las empresas de Arucas en 2022

“Tú y yo estamos teniendo una conversación en una cafetería y, como empresario, me estarías contando de tu negocio, porque yo podría ser un cliente o proveedor de tu empresa... estarías hablándome de cómo podrías aportar, cómo mejoraría mi vida, cómo podríamos generar sinergias para que podamos hacer cosas juntos para beneficiarnos mutuamente...

Esto quizás sea fácil para ti; sería una conversación interesante porque me hablarías de tu bebé, porque para cualquier empresario su negocio es su bebé. ¿Qué pasaría si cambiáramos esa cafetería por hacerlo frente a una cámara y con un micrófono? ¿Por qué esa reticencia de hablar frente a una cámara? El empresario se echa para atrás cuando tiene que poner su cara en las redes; ahí ya lo piensa dos veces, y eso está haciendo que el negocio pierda oportunidades, porque compramos de forma distinta, pero ¿vendemos de forma diferente?

No digas que hay crisis, que la pandemia nos afecta; la gente sí que está comprando. Lo que pasas es que el pescado se lo están llevando los que saben muy bien dónde echar las redes, LAS REDES... ahí es donde está el negocio. Nadie debe decirte cómo manejar tu negocio, pero sí es importante que alguien te ayude a encontrar la mejor forma en que tu negocio se comunica en estos tiempos” Intervención de Pino De Cos en su taller “De la tienda a las redes”, organizado para empresas de la Zona Comercial Abierta Arucas Bulevar.

“Un año nuevo siempre será como la portada del nuevo libro de tu vida; en el que se escribirá la historia de 365 días.”

Dentro de los propósitos para los empresarios de Arucas para el año que inicia está la digitalización de sus productos y servicios y para ello "Arucas es la Caña", indaga acerca de la experiencia de Alejandro de la Librería Yaya, con sus sesiones de coaching con la profesional Pino de Cos quien comparte 6 de sus propósitos para el 2022 que inspiran a los empresarios de Arucas para dar el salto a la era digital.

1. Omnicanal. El consumidor ha aprendido que casi todo se puede comprar a través de canales no presenciales, de manera que la tienda física debe cambiar. Ahora se trata de la experiencia de compra en su conjunto, y que para vender en la tienda física es necesario posicionar nuestro catálogo digital.

2. Aprender a hablar de nuestro proyecto. ¿Por qué es diferente tu solución? ¿Hasta qué punto tu producto o servicio deja a los clientes (directos o indirectos) "mejor de lo que estaban"; o es más eficiente o efectivo que las soluciones existentes? Describe la misión social de la empresa y el impacto social esperado. Argumenta tu negocio.

3. Averiguar qué opinan. No podemos vivir de espaldas al mundo. Es importante realizar una segmentación para definir quiénes saben sobre mí, y qué pueden decir de mi negocio. Tener información objetiva sobre:

- La imagen. Averigua cómo te ven y valoran, qué piensan de ti (sin olvidar los aspectos negativos), cómo te sitúan en su vida, cuáles han sido sus fuentes de información para llegar a esa imagen, ...

"No estamos en una era de cambios, sino en un cambio de era caracterizado por la digitalización de prácticamente todo lo que nos rodea."

- Las actitudes. Indaga cuál es la predisposición de los demás hacia ti, si están contigo o en contra, si te ayudarían en caso de necesidad o no, ...

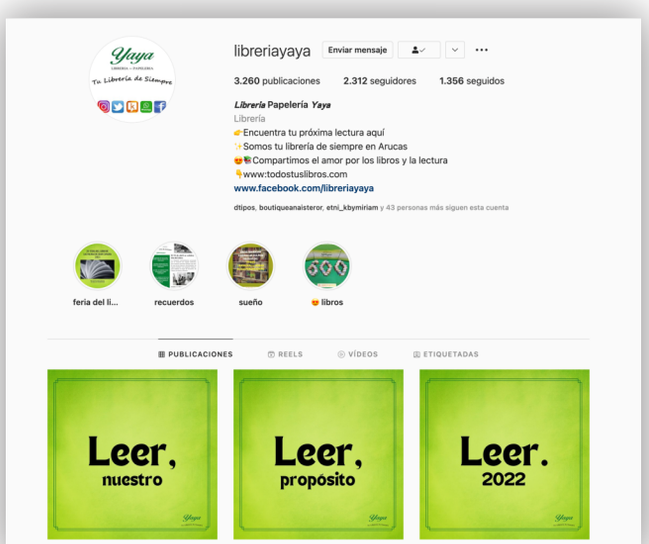
- El comportamiento. Investiga si hablan bien de ti, si "compran" tus ideas, si te ofrecerían empleo, si desconfían, ...

4. Microinfluencers. Para salir de los contenidos patrocinados confía en los microinfluencers y nanoinfluencers. Como líderes de comunidades relativamente pequeñas, mantienen una verdadera proximidad con sus seguidores. La influencia es una parte del marketing en la que la dimensión humana es imprescindible. Cuando se trabaja con un creador de contenido y convertimos a alguien en nuestro embajador de la marca, se crea una relación duradera y basada en su experiencia positiva con nuestro producto. Busca gente influyente en tu zona y/o tu sector.

5. Acelerar la digitalización. Si ya tienes una web o un perfil afianzado en las redes sociales, piensa en tener un catalogo digital con una página de inicio con gran poder de venta. Funciona como la vitrina de una tienda física, que presenta los productos como protagonistas y estimula la compra. Llegados a este punto, entonces, debes pensar: ¿qué productos debo destacar en este momento?

6.Invertir en buenas imágenes de productos. Esta es la forma más segura de ayudar al comprador a tomar decisiones, si hay una buena foto y descripción del producto se reducirán los cambios y devoluciones, que son una gran carga para las tiendas virtuales. Presenta tu producto tal cual es. Tomar fotos desde todos los ángulos (con posibilidad de hacer zoom), detalles, los productos en uso dentro de un contexto para tener una idea de su tamaño.También invierte en videos que ayuden a que el producto sea aún más tangible. Reels & Tiktoks...

"Es probable que muchas personas compren en mi negocio por primera vez y esta es una grandiosa oportunidad para demostrarles que vale la pena seguir comprando en mi librería. Trato de tener tener un buen servicio postventa, conocer el gusto de quien viene y saber qué recomendarle para cuando vuelve... Exhibir el producto tampoco es suficiente, los eventos y acompañar la compra de experiencias hace que la gente tenga un recuerdo bonito de tu espacio físico. Nos falta mucho para digitalizar nuestra ciudad pero lo más importante es que ya somos conscientes de que si no lo hacemos vamos a tener que cerrar nuestras tiendas físicas tarde que temprano. No queda otra que actualizarnos, estudiar y ver que hacen otros, aprender siempre de los mejores" Alejandro, librería Yaya.



arucas bulevar
ZONA COMERCIAL ABIERTA DE ARUCAS

Pino de Cos

Pino de Cos, presenta: "de la tienda a las redes"

★★★★★

Objetivo

Desarrollar habilidades personales y sociales para mejorar la comunicación en el proceso de venta, el cumplimiento de los objetivos empresariales y el éxito profesional.

El valor agregado que ofrece la consultoría se ve reflejado en el análisis que hace sobre el funcionamiento de una organización, identificando áreas de oportunidad, proponiendo soluciones efectivas e implementando las mejoras con una visión a largo plazo para darle respuesta a los retos que se presenten.

¿Por qué la consultoría es una pieza clave en la gestión empresarial?

El proceso de consultoría no promete una transformación total para un negocio, es una visión externa de la situación de una empresa que ofrece una perspectiva más objetiva y neutral de lo que está sucediendo y cómo se puede resolver. Desde la Asociación de Empresarios de Arucas, ADIpymes, hemos detectado que la formación empresarial ha evolucionado y el trabajo que hemos venido realizando con empresas de la ciudad es la consultoría uno a uno, una acción conjunta con el negocio, en la que ambas partes trabajamos sobre un mismo objetivo y para el cierre del año 2021 fue "De la tienda a las redes" la idea de dinamizar la economía de Arucas a través de la digitalización y la actualización de conocimientos del marketing online para complementar la estrategia offline" afirma Pino de Cos, consultora experta en comunicaciones para los negocios que conforman La Galería, la guía comercial de la Zona Comercial Abierta de Arucas Bulevar.

¡Arucas
es la
cañal