

Més enllà de crear una botiga on-line

Què cal per a vendre a Internet?

Formació on-line en directe
15 de juny de 2020
11:00 AM (Zoom)



En col·laboració amb:



Ajuntament de Manresa



Agenda

Presentació

La botiga on-line

Motors de cerca

Altres sistemes d'informació

Xarxes socials i marketing digital





[/in/xavisarda/](https://www.linkedin.com/in/xavisarda/)



[niw.academy](https://www.niw.academy)

Formador - Xavi Sarda

Director de **NIW Academy**

Expert en l'aplicació de la neurociència i la tecnologia a l'aprenentatge

Màster en Neuropsicologia i Educació, MBA Executiu i Enginyer Informàtic

Investigador en l'àmbit de l'aprenentatge i l'experiència de l'estudiant.

A close-up photograph of a person's hands. The person is wearing a white long-sleeved shirt. Their right hand is holding a gold credit card, and their left hand is resting on the touchpad of a silver laptop. The background is softly blurred, showing what appears to be a window with blinds and some greenery outside. The overall lighting is warm and natural. There are blue and teal geometric shapes in the corners of the image, suggesting a digital or corporate theme.

La botiga on-line

Preguntes inicials

És necessari un ecommerce?

És suficient?

Com s'alimenta una botiga on-line?

Què he de pagar realment?



Ecommerce i mòbils

Adaptat a mòbil de debó

Res de botons petits o enllaços amagats

Que carregui raonablement ràpid

Identitat pròpia tot i ser mòbil



Ecommerce i imatges

Les imatges són molt importants

TOTES les IMATGES són IMPORTANTS

Que carreguin raonablement ràpid

No poden ser imatges immenses



Ecommerce i text

Els textos també són importants

Orientats a usuaris i motors de cerca

No et centris en el producte o servei, les persones són importants

Posa't al lloc del teu potencial client



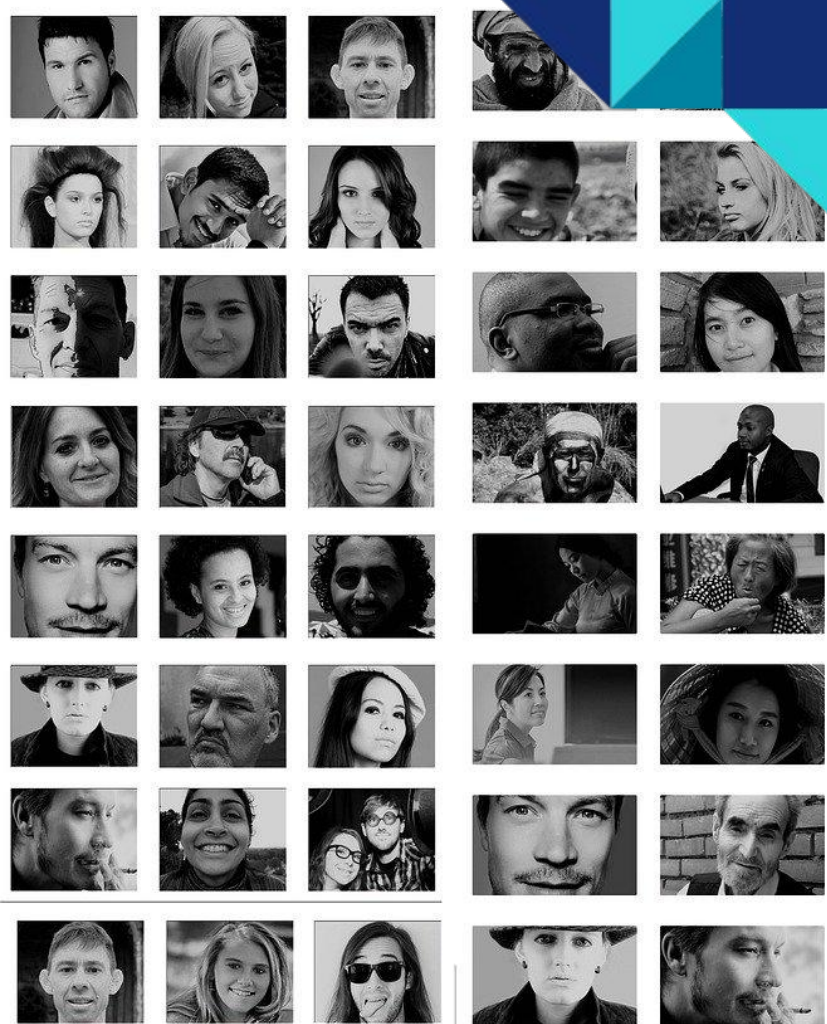
Ecommerce i usuaris

Saps qui són els teus usuaris?
Conèixer els teus clients és clau.

Que sigui fàcil de gestionar per a tu
també és important.

Si no és fàcil, pots estar perdent clients.

Un bon cercador intern soluciona molts
problemes.

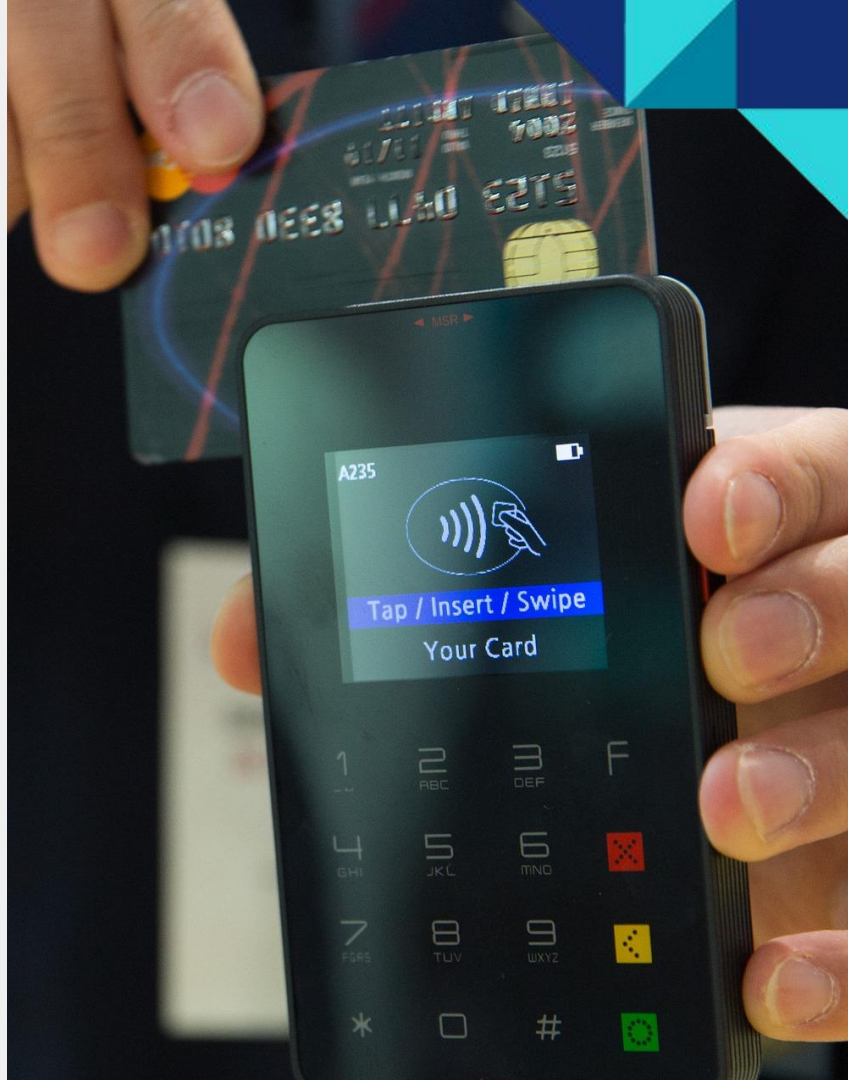


Ecommerce i pagament

Dones diverses opcions de pagament als teus usuaris?

És fàcil arribar al pagament?

Tens informació dels processos de pagament que fallen?



Motors de cerca (Google)

25,423 Pageviews
3.32 Pages/Visit



- Direct Traffic
3,097.00 (40.49%)
- Search Engines
2,910.00 (38.04%)
- Referring Sites
1,642.00 (21.47%)





Els motors de cerca

Els motors de cerca valoren la pàgina amb multitud de paràmetres.

Donar informació als motors de cerca us beneficia mútuament.

Presta atenció a eines com MyBusiness o Merchant Center.

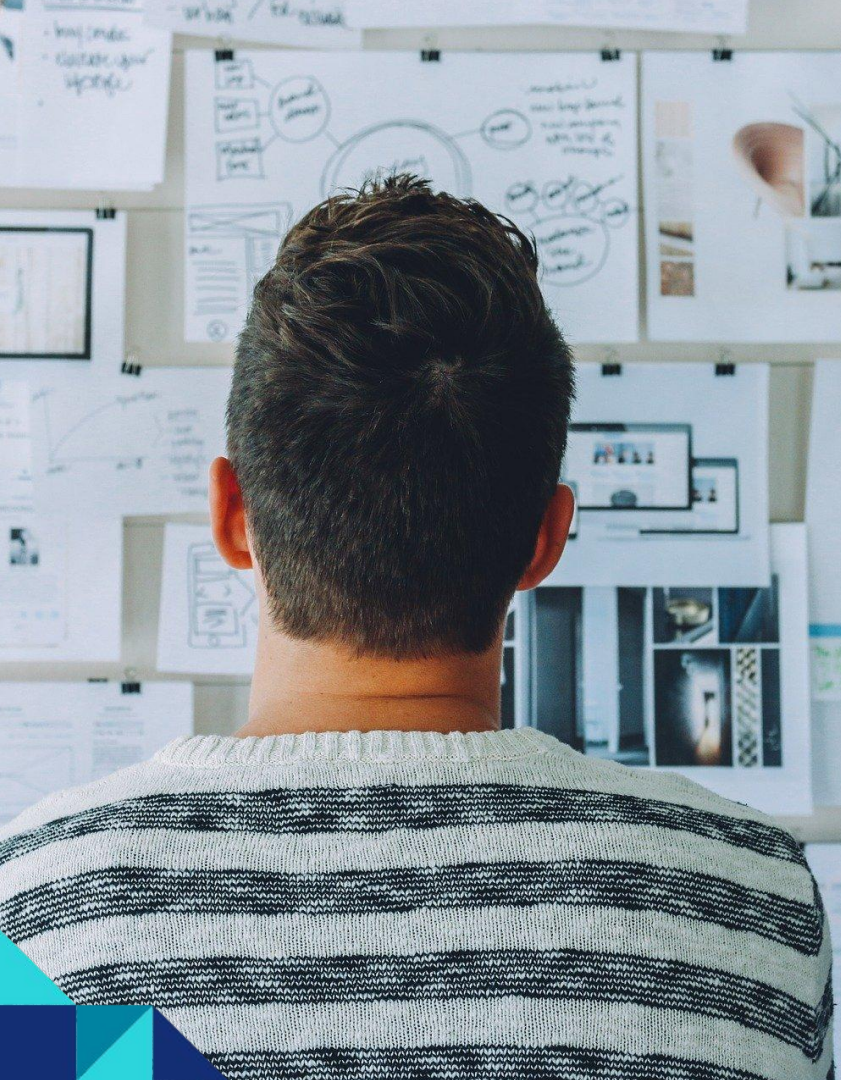


Eines gratuïtes

Google Analytics et proporciona molta informació sobre els usuaris.

Google Search Console et permet analitzar la qualitat de la informació indexada.

La majoria de sistemes d'e-commerce permeten millorar el SEO (si saps com).



Motors de cerca i sentit comú

Si la informació que proveeixes a la pàgina és bona... millor.

Els motors de cerca prefereixen pàgines amb molt contingut escrit.

El Català és un idioma amb suport oficial de Google, però... i els teus usuaris?

CRM, CRM, CRM

Necessites un sistema que t'ajudi a controlar les interaccions amb els clients

Idealment hauria d'estar connectat a la botiga on-line i xarxes socials

L'objectiu és tenir dades sobre els clients per a millorar la seva experiència



ERP?

Si en tens un, millor poder-lo connectar a l'e-commerce.

Com a mínim tenir la funcionalitat de controlar l'estoc.

Et pot ajudar amb la logística si s'han d'enviar productes.



Mailing

Hi ha moltes alternatives gratuïtes.

Un correu electrònic personal no és suficient.

S'ha de fer servir racionalment i enviant contingut interessant per als clients





Xarxes socials i marketing digital

ewsletter 2016



Marketing digital

A les xarxes socials és difícil vendre, per molt seguidors que tinguis

Compte amb les ofertes per anunciar-se de forma “segura”.

La publicitat on-line funciona.. si es prepara bé.



Campanyes

No totes les campanyes són igual.

La pàgina de destinació no pot ser la pàgina principal.

Els missatges han de ser clars i amb crides a l'acció.

Només un cop està preparada la pàgina, es pot posar en marxa la campanya.



Xarxes socials... quina?

Depèn principalment del perfil del teu client.

Si hi tens presència, ha de ser una presència constant.

Ens agradi o no YouTube i WhatsApp són xarxes socials.



Xarxes socials... com?

Si hi tens presència, ha de ser una presència constant.

Una xarxa social no és un aparador, interacciona!

Utilitza material de qualitat, encara que sigui efímer.

Preguntas?



Més enllà de crear una botiga on-line

Què cal per a vendre a Internet?

Formació on-line en directe
15 de juny de 2020



En col·laboració amb:



Ajuntament de Manresa

