

# Les xarxes socials, imprescindibles per donar un impuls al teu negoci

El màrqueting digital i la digitalització són factors que cal tenir en compte en qualsevol pla empresarial. Per aconseguir més inversió en aquest sentit, BBVA facilita l'accés al bo digital dels fons Next Generation

Anna Solà

Avui dia, tot té el seu reflex digital. N'és una mostra la creació incipient del metavers, amb un potencial que encara s'ha de descobrir. Les empreses, consolidades o emergents, i fins i tot els seus compradors, estan construint també el seu propi espai en l'ecosistema digital, de moment a través de les xarxes socials, amb els perfils corporatius i personals de tots dos, amb un web o mitjançant estratègies de màrqueting, com la publicitat en portals especialitzats o generalistes.

A Espanya, gairebé 44 milions d'espanyols tenen comptes de xarxes socials, tal com indica l'informe Digital Report España 2022, de We Are Social. I detalla: 9 de cada 10 espanyols són usuaris de les xarxes socials i hi dediquen una mitjana d'una hora i 53 minuts. Tots són, d'aquesta manera, compradors potencials de les empreses que aposten per donar a conèixer la seva marca i vendre els seus productes a través de les xarxes socials.

I, tot i que les xarxes socials equiparen emprenedors amb grans marques, no tot s'hi val. Per trobar l'èxit en aquesta nova manera de vendre és necessari disposar d'una estratègia que impliqui una bona dosi de lògica, dedicació i passió. Algú que coneix de bona mà les accions necessàries per donar un impuls a qualsevol negoci a través de les eines disponibles a Internet és Óscar Aguilera, CEO de l'agència de màrqueting digital i transformació digital Startgo. «En qualsevol estratègia de xarxes socials hem de començar pel més bàsic: ¿a qui ens dirigim?», destaca Aguilera. El comprador és la part que s'ha de tenir en compte per fixar els canals que haurem de fer servir i adequar el missatge a una plataforma o una altra.

### Mesurar els resultats

A final de mes cal mirar enrere per avaluar els resultats de les diferents accions. Tal com destaca Aguilera, perquè les xarxes socials i les accions de màrqueting vagin alineades amb els objectius del negoci: «nosaltres no parlem de màrqueting, sinó de 'sales marketing', una cosa que passa per la integració del departament de vendes amb el de màrqueting i alinear les KPIs perquè s'adeqüin a les de nego-



A dalt, una empresa preparant l'estratègia de màrqueting. A sota, Lucas del Paso (dreta) i un disseny d'Always Makeup (esquerra).

ci». «L'única manera de posar en relleu la despesa en màrqueting és mesurant els resultats, veient el retorn», destaca el CEO de Startgo.

### Estudi de marca

Les accions per aconseguir l'èxit a les xarxes les coneix de ben a prop Lucas del Paso, CEO de Jet Ski Tours, una empresa dedicada al lloguer i a les excursions en motos d'aigua establerta a Salou i Cambrils. A través d'un estudi de mercat han pogut estudiar el públic objectiu de Jet Ski Tours, principalment francès i britànic, i d'entre 18 i 45 anys. Arran d'això, Del Paso i el seu equip han apostat per donar-se a conèixer en aquest segment de població a través de les xarxes: «fem campanyes de màrqueting a Facebook i Instagram dirigides

### ESTRATÈGIA

«Fem campanyes per a un segment de la població»

«Volem establir les bases de la nostra escola en línia»

exclusivament a aquest segment de la població». I, com que els clients queden contents, després comparteixen el contingut generat a les xarxes de Jet Ski Tours en els seus propis canals.

La seva estratègia és «explicar històries molt pròximes dels nostres monitors i dels clients que venen, a més d'oferir informació de servei, com la predicció meteorològica, per saber si es podrà fer l'activitat». Amb això, aconseguim transmetre tot el que es viu a sobre de les motos d'aigua i captar nous clients. «Ha sigut un autèntic èxit de facturació, de 'feedbacks' de clients contents, i ens permet, a més, poder interactuar amb el nostre públic a través de les xarxes socials», explica Del Paso. «És impressionant la proximitat que et dona

disposar d'una xarxa social.

### Continguts virals

L'empresa de caracterització i maquillatge Always Makeup, ubicada a Reus i amb 25 treballadors, treballa principalment a la zona de Tarragona. Rep encàrrecs en l'àmbit nacional i internacional, a més de Port Aventura, on caracteritzen personatges com la Nena de l'Exorcista, especialment viral en les últimes campanyes de Halloween. Utilitzen Instagram i Facebook per donar a conèixer la seva feina, les ofertes i les formacions que ofereixen. Amb 4.300 seguidors, aprofiten la popularitat que tenen els continguts de maquillatge a les xarxes per donar-se a conèixer de manera nacional i internacional. L'empresa, amb 25 treballadors, va participar en la primera convocatòria de les subvencions del programa Kit Digital, dedicades a potenciar la transformació digital del teixit econòmic espanyol. Al març es va obrir la primera convocatòria d'ajudes, dedicada a les empreses d'entre 10 i 50 treballadors. Una vegada obtinguin la resolució, sempre que sigui favorable, Always Makeup podrà potenciar la seva estratègia en xarxes socials i explorar noves plataformes. Com destaca Alexandra Alcañiz, fundadora de l'empresa: «Optem al Kit Digital per potenciar les nostres xarxes i establir les bases de la nostra escola en línia, per a totes les persones que no es poden desplaçar a Reus per rebre les formacions. No hem d'avançar els diners; només hem de pensar en què els volem invertir».

### Accedir al Kit Digital

Al setembre es va obrir la segona convocatòria del programa Kit Digital, aquesta vegada, dedicada a les petites empreses, d'entre 3 i 10 treballadors. BBVA, en el marc de la seva aposta per facilitar nous serveis digitals per a pimes i empreses, vol posar el seu gra de sorra en la digitalització del teixit empresarial espanyol.

Per això, ha arribat a un acord amb Minsait, una companyia d'Indra per facilitar el procés de sol·licitud d'aquest bo digital. De la mateixa manera, l'entitat també disposa de programes de finançament per als projectes que requereixin una inversió que superi la que ofereixen les ajudes del Kit Digital.