Comercio Teruel edita una guía para acompañar al sector en la digitalización

El objetivo es incrementar y fidelizar a la clientela e incluso llegar a vender en línea

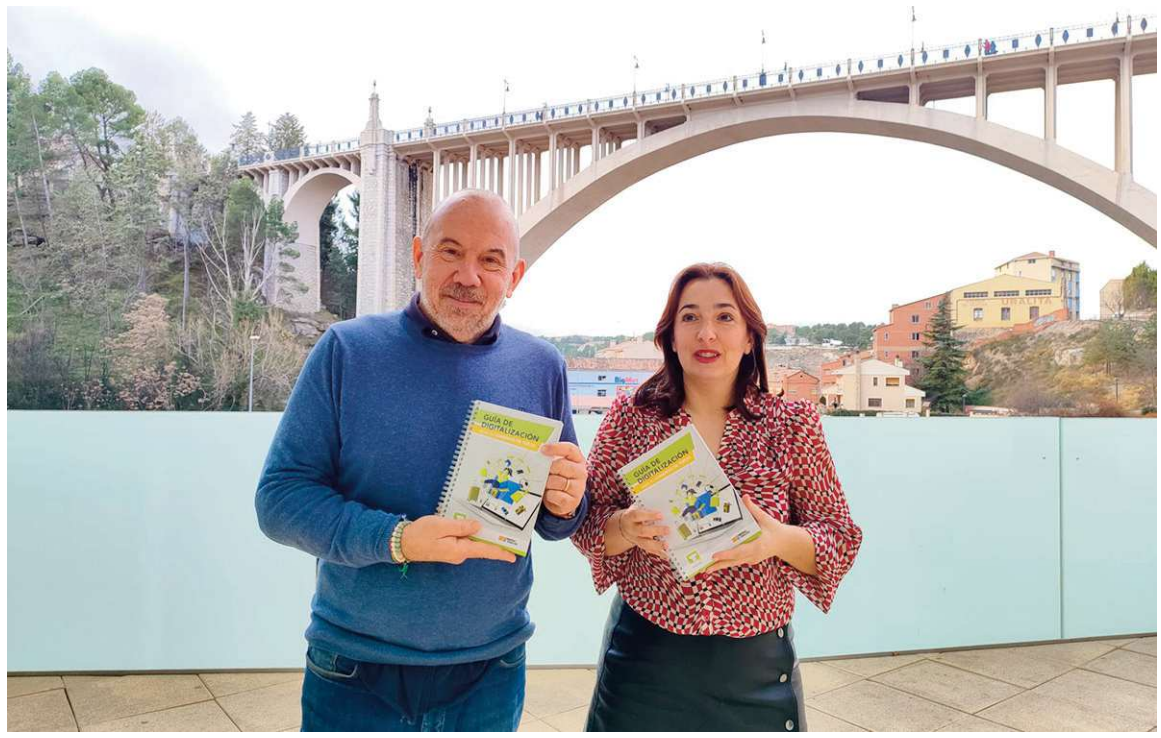
Alicia Royo
Teruel

La Asociación Provincial de Comercio de Teruel ha editado una *Guía de digitalización*, que ha sido concebida como una herramienta práctica y accesible para acompañar a los pequeños comercios en su proceso de modernización. Su objetivo es servir como una hoja de ruta que permita a las empresas del sector adaptarse a las demandas de un entorno dinámico y desafiante para aprovechar las oportunidades que ofrecen la innovación y las buenas prácticas.

La presidenta de la asociación, Charo Guillén, y el editor de Sephor Consulting, Isaac Bolea, presentaron este miércoles la *Guía de digitalización para el comercio de teruel* en el centro sociocultural de San Julián y explicaron que de los 11.300 pequeños comercios aragoneses, tan sólo el 20 % tiene presencia en internet y, de ellos, únicamente la mitad interactúa en redes sociales. En la provincia de Teruel, el porcentaje se eleva al 30 %.

Guillén precisó que la guía, que está disponible en formato pdf en la página web de la asociación, está dirigida al pequeño comercio turolense para que pueda digitalizarse para ampliar su público objetivo y poder fidelizarlo hasta llegar a crear una tienda en línea si así lo desea.

Isaac Bolea explicó que el comercio electrónico tuvo un boom con la pandemia pero que ahora la gente ha vuelto a decantarse por la compra en la tienda física. Añadió que, al igual que se ha impuesto el pago con tarjeta, en un futuro lo hará el Bizum, y que un gran número de personas consulta en internet los productos antes de comprar.


Isaac Bolea y Charo Guillén, con la 'Guía de digitalización para el comercio de Teruel'

La guía se ha estructurado en 5 ejes, que parten de la idea de que los comercios están obligados a digitalizarse. En este punto, indicó que a lo mejor no es necesario que cuente con una tienda en línea pero sí que acepten pedidos a través de Whatsapp, por ejemplo. Bajo esta premisa, el comerciante debe hacer una evaluación inicial para saber dónde está y a dónde quiere llegar. El siguiente paso sería la creación de la página web, la aplicación de estrategias de márketing digital y, por último, la seguridad.

Todos esos asuntos se van desgranando a lo largo de 12 capítulos con explicaciones sencillas, ejemplos prácticos, historias de éxito locales y enlaces a herramientas gratuitas y tutoriales en vídeo.

Charo Guillén dijo que, con esta publicación, "la asociación reafirma su compromiso con un comercio minorista fuerte, sostenible e innovador" e invitó a los comerciantes a hacer uso de la misma para avanzar en el camino de la digitalización.

