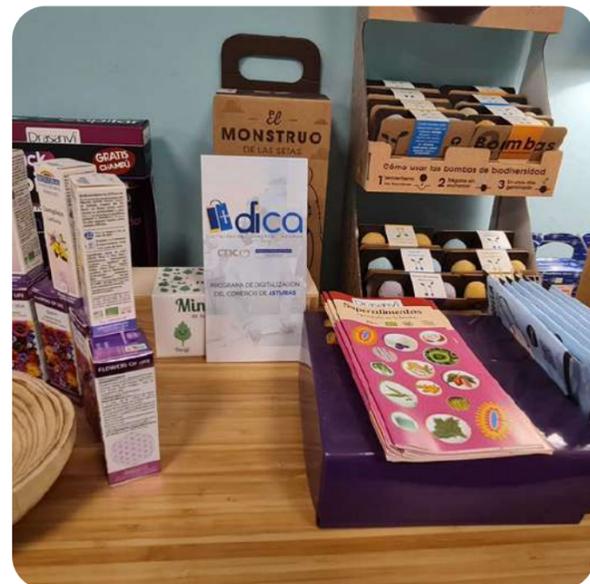


Catálogo de buenas prácticas en el comercio asturiano





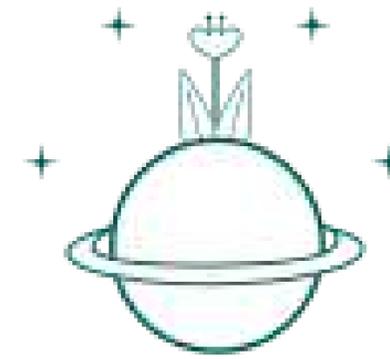
En DICA entendemos que los comercios asturianos deben ser el centro de todas nuestras acciones.

Por eso, llevamos un año trabajando de manera personalizada con cada uno de ellos para facilitar el camino de su digitalización y ahora, ha llegado el momento de reconocer sus logros y por qué son ejemplos de buenas prácticas para el resto de tiendas, tanto dentro como fuera de nuestras fronteras.

En estos meses de acompañamientos, acciones formativas y de llevar propuestas innovadoras y las últimas tendencias al comercio asturiano, hemos colaborado con diferentes agentes: administraciones, asociaciones, proveedores de soluciones digitales, etc. Queremos hacer una mención especial a la Unión de Comerciantes de Asturias, por lo que aprovechamos también este Catálogo de buenas prácticas para agradecer su colaboración.

Este catálogo complementa la concesión de un Sello de compromiso digital que distingue a los establecimientos de la región que más han destacado en su proceso de digitalización y cuyo distintivo ya está entregado a los comercios galardonados.





El Planeta Salud

Carla y Bibiana Castañón son dos hermanas del concejo de Lena unidas por un proyecto y una visión común: las ganas de promover la alimentación y cuidados saludables que respeten el medio ambiente gracias a marcas de productos bio/orgánicos y de proximidad.

Así nació hace tres años El planeta Salud, una tienda-herbolario comprometida con nuestra salud y nuestro entorno.

Ambas tuvieron claro desde el principio que la creación de una tienda física no pondría límites a sus sueños, por lo que apostaron por complementar la tienda física con la creación de un *e-commerce* que les permitiera expandir su negocio y llegar a más personas.

Pola de Lena



Aprovecharon su creatividad para desarrollar contenido de valor para su público objetivo (siendo conscientes de que este sería su elemento de diferenciación), así como en la versatilidad de comunicación que les ofrecían los medios digitales, articulados a partir de una estrategia de marketing digital muy trabajada, con la que dieron a conocer sus productos y servicios dentro del mundo online.

Charlas sobre alimentación consciente, diagnósticos nutricionales personalizados, talleres de creación culinarios o pautas en la utilización de diversos productos bio aportan contenido de calidad a una audiencia cada día más interesada en el cuidado de la salud y en la sostenibilidad de nuestro entorno.

Una estrategia de marketing digital trabajada y la creación de una comunidad digital fiel y activa, apostando por la creación de contenido de valor basado en la formación y el asesoramiento en materia de hábitos de consumo saludables.



bicos

Sheila González es una mujer emprendedora de Corvera que hace aproximadamente un año arrancó su proyecto Bicos, una tienda de puericultura y juguetes para los más pequeños de la casa.

Quiso dar un giro a su vida profesional creando sus propias circunstancias y sintiendo que su labor como periodista durante más de 8 años había tocado a su fin, al menos por el momento.

Con el nacimiento de su hija, paso de ser una comunicadora comprometida a una madre involucrada en la educación y el bienestar familiar.





Un e-commerce visualmente atractivo, apoyado en un blog cargado de contenido que genera confianza. Unas redes sociales trabajadas, con publicaciones periódicas y fotografías que logran captar la atención de su audiencia.



Como ella misma cuenta, su intención y la de su marido, desde que se inició este proyecto era la de “poder estar en todos los frentes” y que la visibilidad de su negocio no se viera limitada por una mera ubicación.

Apostó, desde el principio, por la creación de una web donde comercializar su productos y servicios.

Ambos entendieron el alcance que podían conseguir a través de las redes sociales, en concreto Instagram, que se convertiría desde el primer momento en su mejor escaparate.

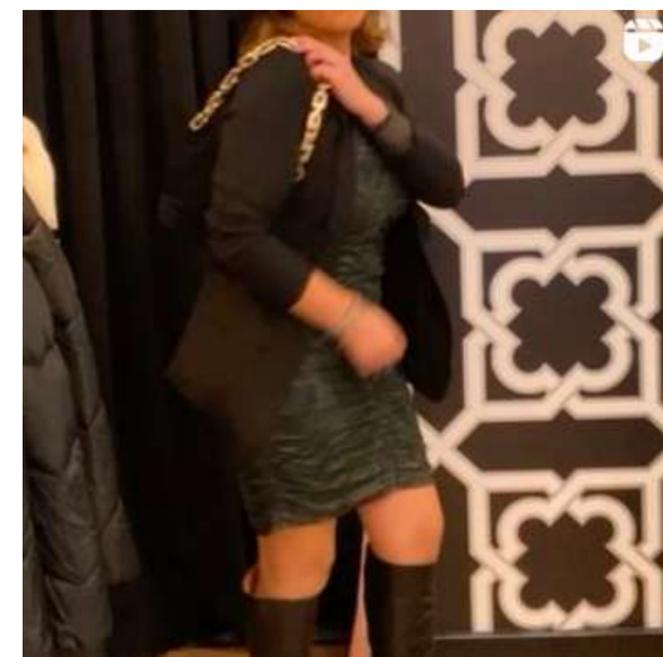
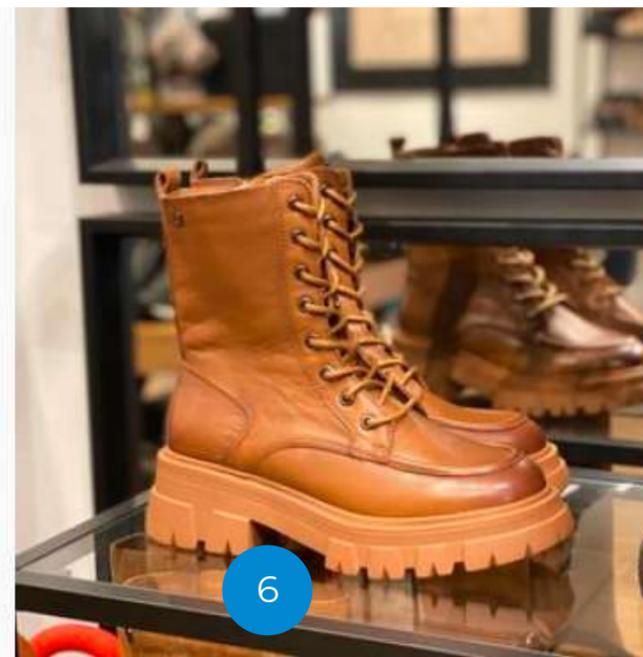
Gracias al esfuerzo, la curiosidad y una formación continua, crearon un e-commerce muy visual y atractivo al que dotaron de valor con la publicación de un blog y unos perfiles en Facebook e Instagram concienzudamente trabajados.



Melani García es la responsable de Calzados del Río, una tienda de moda y complementos que podemos encontrar en Cangas de Onís.

Melani lleva más de 24 años calzando a las personas que llegan a su comercio y en pocos meses lo hará también en una nueva tienda física, también en Cangas de Onís.

Además de esto, desde el año 2016 vende online en el e-commerce calzadosdelrio.com donde se pueden comprar sus artículos.



Melani nos cuenta que el trabajo web requiere de esfuerzo y tiempo, pero que complementa muy bien con la estrategia de negocio que sigue.

Con cuentas en redes sociales perfectamente optimizados en las que publican de manera periódica creando contenido de valor que les reporte más interacción con sus clientes.

Utilizan los directos para dar a conocer productos y novedades de la semana, y stories para lograr un mayor alcance, además de las fotografías del feed, que les aportan el toque visual de su perfil.



La utilización de videos de IGTV además del canal stories y varios directos presentando productos y novedades de la semana hacen que su presencia online sea mayor y que la interacción con sus seguidores sea más cercana y visual.

Avilés

Cala
AVILÉS



Perfumería Cala, en Avilés es un comercio que ha pasado de generación en generación desde hace 43 años y que ahora se encamina a un futuro enfocado al nuevo mercado digital.

Ramona Oliver lleva el negocio en la actualidad. Quiso avanzar en la digitalización para aprovechar una circunstancia que veía en su propio establecimiento: cada vez más gente llegaba a Perfumería Cala preguntando por productos que había visto antes en sus perfiles de Facebook o Instagram.





En ese momento, decidió utilizar las redes sociales para generar una comunidad en torno a sus productos a través de tutoriales, vídeos de características o directos.

Además, han abierto un canal de comunicación directa con su clientela a través de WhatsApp.

Perfumería Cala sigue una estrategia digital basada en la publicación periódica en redes sociales como Facebook e Instagram, con videos descriptivos de producto, tutoriales y directos para lograr afianzar su imagen de marca dentro de la red.



La historia de Ana González empieza siendo ya innovadora desde sus comienzos. Tiene una tienda de moda, en la localidad de Mieres y comenzó su andadura con un e-commerce hace ya algunos años.

Su visión de crearse un hueco dentro del mundo online fue previa a la intención de atraer a su público a un espacio físico concreto.

Se considera una persona activa en redes sociales, con el objetivo de dar a conocer sus productos y servicios sin descuidar la atención personalizada que quiere ofrecer a su clientela, tanto en un entorno digital como en el marco de una tienda física.



Tener un conocimiento amplio sobre diferentes aplicaciones y sus funcionalidades que pueden ayudarte en el trabajo del día a día en la creación de contenido, para redes sociales y apostar por la medición de datos para la realización de una estrategia creativa sólida.

Utiliza gran variedad de aplicaciones donde suele contratar la versión Premium que según nos cuenta le facilita y ahorra tiempo en la creación de contenido de valor como Canva, para la realización de infografías creativas o como Cup Cut para la edición de videos en Instagram: stories, videos de IGTV o reels.

Ve importante el análisis de datos que realiza a través de aplicaciones como Google Analytics o Metricool y trata de basar su estrategia creativa en este tipo de información compaginándola con las ganas de satisfacer los deseos y gustos de su clientela, tanto a nivel online como en tienda.



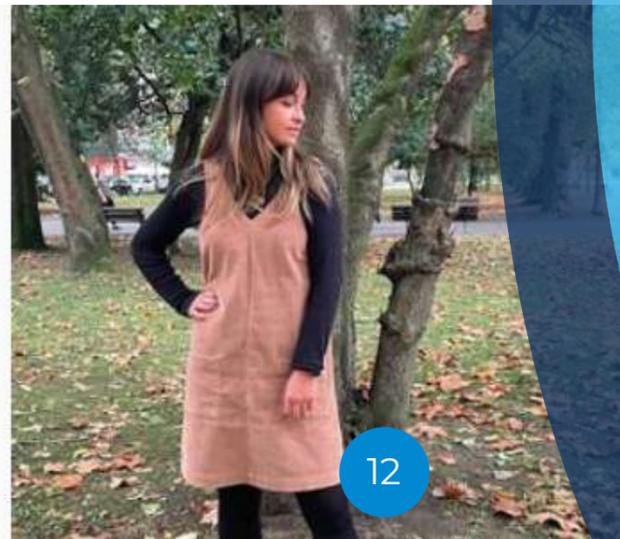
MIXTURE

~ CONCEPT STORE ~



Mixture Concept Store nació hace casi cinco años en Langreo, de la mano de Patricia Fernández Alberti. Su secreto para llevar un lustro creciendo "está en las ganas", lo que resume también a la perfección la filosofía de empresa de esta *Concept store*.

Desde el principio, Patricia supo que la tienda física estaría complementada con un e-commerce perfectamente desarrollado dentro una estrategia creativa y de contenido.



AMIGO INVISIBLE

Por menos de

12€



El secreto está en las ganas.

Eso es lo que opina Patricia de Mixture, que apuesta por canales novedosos para promocionar su tienda en Langreo.

Basa sus contenidos en una estrategia donde la intención es conectar y empatizar con sus clientes.

Mixture publica con una periodicidad continua en redes sociales y una filosofía “slowfashion” que apuesta por el comercio justo y productos hechos a fuego lento, con elementos naturales y bajo impacto en el medio ambiente.

Un canal en YouTube, una cuenta de TikTok activa, directos con temática relacionada con los productos de la tienda y hasta un perfume propio, hacen de esta *concept store* un modelo de digitalización basado en el trabajo constante de una tienda que enlaza valores y principios, con un entorno digital creativo que la lleva a marcar la diferencia.



CHIC@10

Si visitas Piedras Blancas, te encontrarás con Chic@10, una tienda de moda multi-producto con precios que oscilan entre los 10-12 y 15€ regentada por Nuria Gargayo, quien, desde que puso en marcha su tienda, tuvo claro que las redes sociales marcarían un antes y un después en la forma de comprar.

Apostar por un perfil profesional y optimizado en Facebook la permitió gozar de todas las ventajas que esta red podía ofrecer, como la no limitación de seguidores, utilizar la app Create studio y la posibilidad de crear una tienda en la propia red social, en el caso que su estrategia comercial lo requiriera.





En Chic@10 descubrirás novedades diarias ya que su modelo de venta se basa en un flujo rápido.

Además, Nuria complementa su estrategia de marketing online con vídeos en Tik Tok y aplicaciones de edición de video le ha dado la soltura necesaria para poder presentar sus productos y marca a su comunidad, de una manera rápida y creativa.

La elección de un perfil profesional en Facebook desde el principio de su proyecto la ha dotado de las ventajas de tener una comunidad de seguidores ilimitada y la posibilidad de crear anuncios gracias a Facebook Ads. Además, Nuria utiliza aplicaciones de edición de vídeo como “create studio” que usa para dar rienda suelta a su creatividad cuando prepara sus publicaciones.

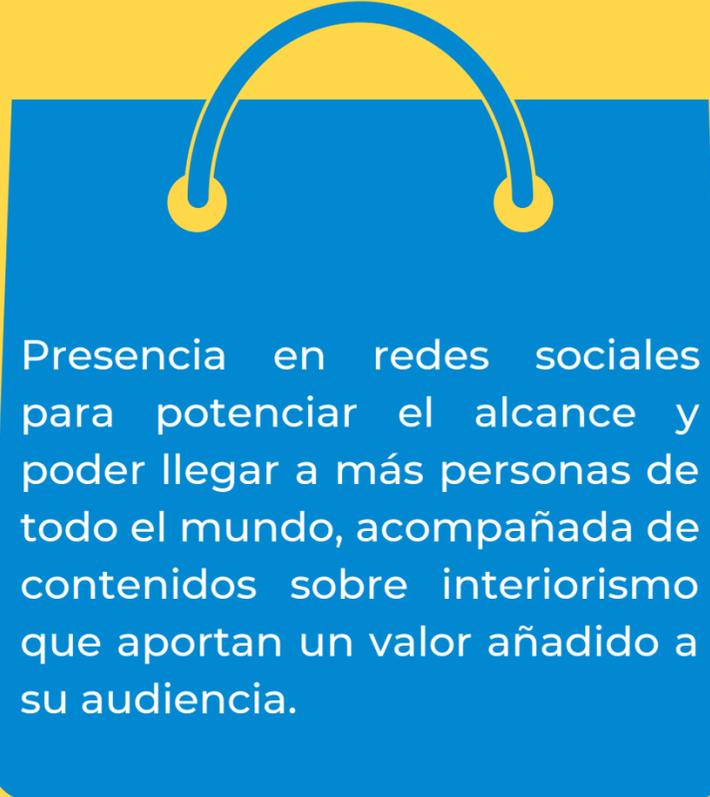


Dicen que la receta del éxito es hacer de tu pasión, tu trabajo.

Pues eso es lo que piensa Héctor Rodríguez Méndez, un asturiano que basó su carrera profesional en su amor por la arquitectura y el diseño para crear FUNction Studio, donde mezcló los conceptos de diversión y funcionalidad para lograr un diseño divertido y que, además, cumple con las necesidades de su clientela a la perfección.

Héctor trabaja desde su tienda situada en La Caridad y utiliza su web y las redes sociales como escaparates digitales.





Presencia en redes sociales para potenciar el alcance y poder llegar a más personas de todo el mundo, acompañada de contenidos sobre interiorismo que aportan un valor añadido a su audiencia.



Con la tienda física en marcha desde abril de 2017, escogió tener un perfil de empresa en Facebook porque, tras analizar a su *buyer persona*, se dio cuenta de que la mayoría de su clientela tenía presencia en esa red social.

También, como es lógico para alguien enamorado del diseño, Instagram le resulta muy visual y atractivo como lugar desde el que promocionar sus creaciones a través del *feed* y las *stories*.

Héctor utiliza también LinkedIn para realizar *networking* e interactuar con otros profesionales del sector.

La presencia online es indispensable para su estrategia de ventas, al no estar limitado sólo a un lugar y poder darse a conocer sin depender de la geografía.



Sueños
MODA Y LENCERÍA



Moda y Lencería Sueños es una tienda multi marca del concejo de Siero que lleva activa desde hace más de 26 años, donde Eva Núñez, su dueña, siempre está pendiente de las últimas tendencias para ofrecérselas a sus clientas.

Tras el éxito obtenido con la tienda física, hace cuatro años decidió dar el siguiente paso hacia la venta online y, a través de este ecommerce, Eva sigue ofreciendo los mejores productos, al mejor precio y con la mejor atención.



A raíz de la pandemia comenzó a trabajar de manera más activa su web, y gracias al programa DICA y sus funcionalidades decidió darle un impulso efectivo sus redes sociales, que le sirven para atraer de manera continua tráfico a la web.

Para Eva, su web se ha convertido en un escaparate donde exponer sus productos a personas repartidas por todo el país. Tiene externalizado su mantenimiento técnico ya que dedica sus esfuerzos al manejo de las redes sociales, a completar las fichas de producto y a realizar fotografías adecuadas de sus productos. Lo que compatibiliza con la venta directa en su tienda física en Pola de Siero.

Comenzó trabajando el método “just-in-time”, con el que se ve vende en función de la demanda del mercado, por tanto, una de las claves de su éxito es llevar a cabo un buen control de stock tanto en el canal digital como en su tienda física.



HARCHER

Nacho del Río y su familia son muy conocidos en Oviedo y en toda Asturias por su larga experiencia en la gerencia de comercios con éxito desde hace décadas. Prueba de ello es su tienda Harcher, una tienda multimarca situada en el centro de la capital asturiana, que nació para vestir a hombres que se interesan por la moda y por su imagen.

Según nos cuenta Nacho, no hay una receta única a la hora de comunicarse con su clientela. La digitalización para él es una herramienta más. Por eso, hace poco más de un mes puso en marcha su e-commerce www.harcher.es.

Compagina este site con un perfil profesional en Facebook e Instagram que nutre de videos y presentaciones de producto para atraer a su público.



Nacho del Río prefiere gestionar las redes sociales de su marca porque nadie conoce mejor el mensaje a transmitir que él mismo. Además, considera que tener claro cómo quieres que te vea tu clientela y conseguir que ésta se reconozca en esa imagen es primordial para atraer y fidelizar.

La digitalización es una herramienta más de comunicación que junto con una buena estrategia en redes sociales hace que podamos llegar de una manera clara y diferenciada a nuestra *buyer persona*.

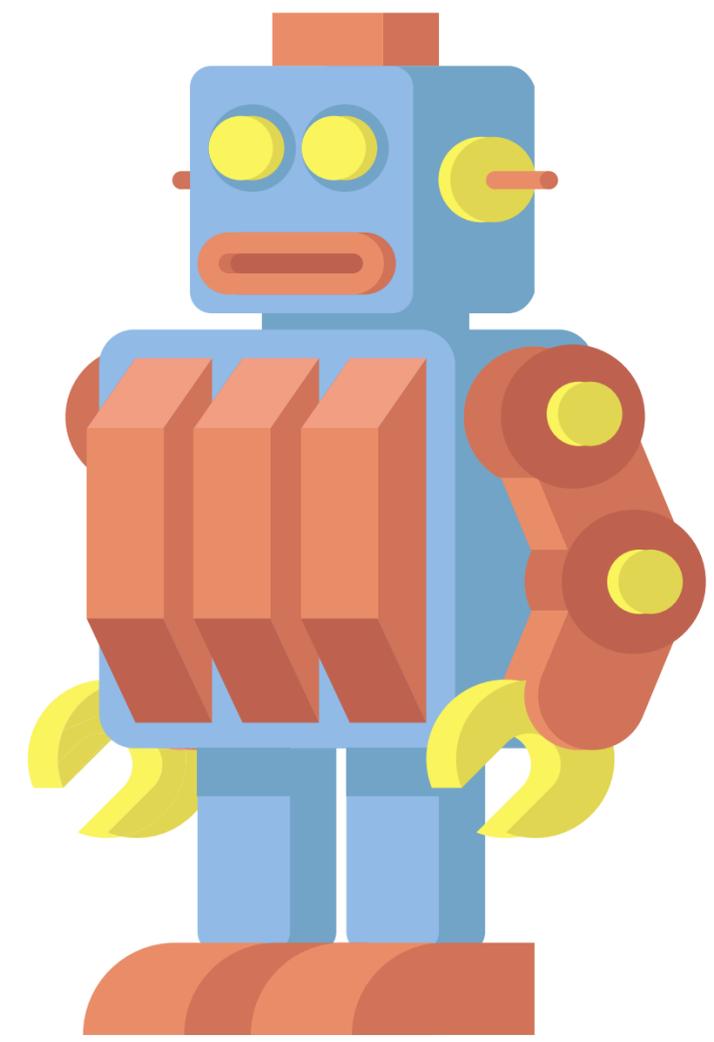
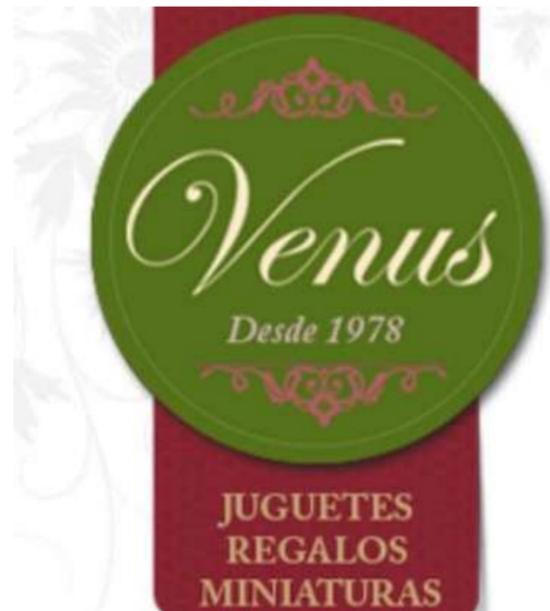




Regalos Venus es una tienda ubicada en Avilés en la calle Carreño Miranda 6 dirigida por Yolanda Vázquez. En este lugar puedes encontrar multitud de productos si lo que tienes en mente es hacer un buen regalo y, sobre todo, un regalo original.

En Regalos Venus nos ofrecen un mundo lleno de ilusión con juguetes de hojalata, casas de muñecas, bolas de nieve, cajas de música, cromos de la palma, abanicos y mucho más.

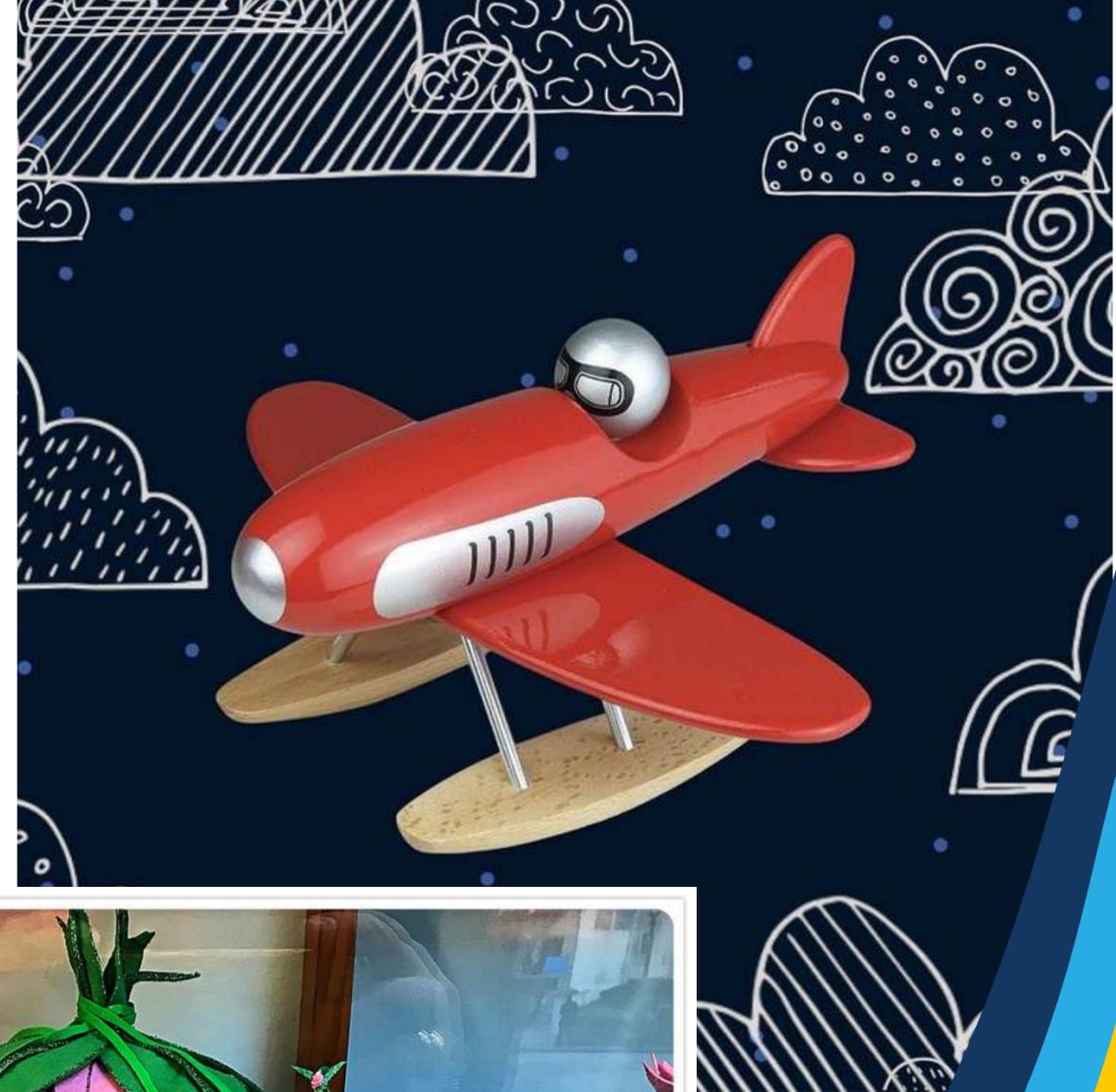
Un mundo lleno de magia para coleccionistas y el público general, en especial para aquellas personas que quieren sorprender con un producto entrañable, que no pasa de moda.



Yolanda utiliza Facebook, donde sube fotografías y vídeos de sus productos. Además, ha conectado su página con WhatsApp, para que sus clientes puedan estar en contacto con ella en cualquier momento.

También muestra sus productos en un Marketplace de tiendas avilesinas.

Su estrategia se basa en dar el mejor servicio tanto digital como presencial y que sus clientes recuerden este lugar como un espacio lleno de productos que casi de manera mágica, nos trasladan a nuestra niñez.



Una página profesional de Facebook enlazada con WhatsApp para que sus clientes puedan estar en contacto con ella de una manera fácil y sencilla.





En plena naturaleza, rodeados de verdes montes, custodiados por Peña Sobia, está La Tevergana, una confitería-restaurant que se va abriendo paso en la mercado regional y nacional, luchando por dar a conocer sus productos de calidad. Teresa García y su familia llevan muchos años endulzando a los curiosos que se asoman a este magnífico valle natural.

Disponen de un blog corporativo que hace las veces de página web donde dan a conocer su confitería y su restaurante, dos herramientas que combinan para ofrecer a su clientela los mejores manjares de la zona.





También disponen de una página de empresa en Facebook con más de 800 seguidores donde comparten fotos, videos y noticias sobre todo aquello que acontece dentro de su local para poder estar en contacto directo con su público y una ficha de GoogleMyBusiness actualizada que ayuda a las personas que buscan La Tevergana a llegar hasta el local y que, además, les permite escribir reseñas.

Un blog corporativo en el que explican dónde están ubicados y qué hacen, en el que estimulan la interacción y comentarios.

Cinco Lobitos



Pola de Lena

Inmaculada Álvarez es la dueña de Cinco Lobitos, en Pola de Lena, una tienda de ropa infantil con una gran variedad de productos donde elegir, para que los peques presuman con estilo.

Dispone de una página web cincolobitosmodainfantil.com con tienda incluida donde se pueden adquirir sus productos. En su *e-commerce* podréis encontrar una sección *outlet* con ofertas y promociones.



Para Inmaculada, estar presente en la web es indispensable y poco a poco y con mucho trabajo que ella misma va haciendo, va dándole forma a su estrategia digital.

Uno de los consejos que da es tener en cuenta que trabajar una web para un comercio es una acción a medio-largo plazo, por lo que recomienda que, aunque no veamos resultados inmediatos, continuemos mejorando nuestra tienda online.

Cinco lobitos también tiene presencia en redes sociales: Facebook, una página con más de 4.600 seguidores e Instagram con casi 1200 seguidores.

La creación de imagen de marca gracias a una web con una mejora continua y unas redes sociales como forma de llegar a más personas.





Asturtoner es un comercio de Cangas de Narcea donde encontrarás teléfonos móviles, cartuchos de tinta, tóner y otros productos de nuevas tecnologías.

Detrás del mostrador te encontrarás con Óscar Arbás quien en su web asturtoner.com ha utilizado un diseño minimalista y sencillo como escaparate de sus productos y servicios, que incluyen reparación de móviles, telefonía e Internet.



Óscar ha apostado también por las redes sociales. Un perfil profesional en Facebook y un perfil en Instagram que nutre con contenido de valor para sus usuarios, como videos explicativos de sus productos o servicios, fotografías de complementos para móviles, etc.

Pensar en vender online le daba la libertad de poder expandir su negocio y tener más visibilidad.

“Todo el trabajo que hay detrás lleva una gran cantidad de horas y de tiempo, pero que al final es un trabajo que hay que hacer si se quiere estar presente”, aconseja.

Una página web limpia y cuidada acompañada de perfiles en redes sociales optimizados, en los que comparte contenido de valor a través de videos explicativos de producto y fotografías vistosas y visuales.





En la Caridad, la capital del Concejo del Franco, se encuentra esta tienda multimarca de moda y complementos llamada Poupée. Este pequeño negocio local está regentado por Alejandra Camarón Arroyo y se encuentra en la calle Mohices, 12 bajo.

Alejandra nos cuenta que no tener presencia online en estos tiempos significa que no existes. Es por eso que hace unos meses inauguró su tienda online dentro de un proyecto junto con un mayorista de Navia al que le compra productos y que se encargó de la creación de su web wkdpoupee.com



La Caridad



Un e-commerce donde puedes encontrar ropa y complementos, para mujer y para hombres y un apartado outlet donde encontrar las mejores oportunidades de marcas de primer nivel.

Con perfiles en Facebook e Instagram, nos cuenta que publica una vez a la semana porque no quiere cansar al público, ya que es consciente que actualmente vivimos en una sociedad donde consumimos altos niveles de publicidad, y es por esto que ella prefiere ser más cuidadosa con el tipo de información que da.

Las redes sociales son a lo que más tiempo dedica en su estrategia digital, ya que ella misma genera los contenidos. Descubrió “Canva” en las sesiones sobre digitalización y está siendo un complemento perfecto para la edición de sus publicaciones.





burlesk

entorno creativo

“La primera impresión sí que cuenta” esto es lo que consideran en Burlesk, entorno creativo, una agencia de publicidad de Pola de Laviana en la que se preocupan “no sólo por el mensaje de las campañas, sino también por el valor gráfico de nuestros trabajos”.

Su modelo comercial se basa en ofrecer a su clientela un servicio integral, completamente personalizado, de gran creatividad y adaptado a sus necesidades y recursos.

Lo que pretenden es transmitir el mensaje de manera impactante y creando buenas sensaciones.

En Burlesk tienen una presencia digital muy trabajada, propia de su sector profesional. Toda la información de la empresa la podemos encontrar en la web corporativa www.burlesk.es donde se puede ver además un dossier de sus trabajos realizados.

También tienen perfiles en diversas redes sociales: Twitter, Facebook, Pinterest, WhatsApp les sirven para mantener una comunicación constante con su clientela.

La importancia de aportar ideas adaptadas a tu clientela cuando ofreces creatividad. Perfiles en distintas redes sociales y una web corporativa con un diseño limpio, sencillo y agradable a la vista.





mialma



En la calle de la Vega 22, en Nava, podemos encontrar Mialma, un espacio de moda, complementos y productos gourmet.

Rosana es la persona que gestiona este establecimiento y que, desde sus comienzos, ha sabido darle la importancia necesaria a una buena venta física complementada con una presencia digital.

El Ayuntamiento de Nava le ofreció a Rosana y a otros comercios de la zona la creación de una página web dentro de un marketplace donde se alojan webs dedicadas al comercio y la hostelería.

Chalecos de mohair y lana
★★★★
Talla única
Responder a mialmashop...



Aunar su pasión por la restauración, con su amor por la moda llevó a que su establecimiento evolucionara hasta lo que es hoy: un lugar donde encontrar deliciosos comestibles y complementos de moda con mucho estilo.

Su estrategia digital al margen del Marketplace se centra en un perfil profesional en Facebook e Instagram que superan el millar seguidores.

Además, Rosana le ha prestado mucha atención a optimizar su ficha en GoogleMyBusiness, cuidando el responder siempre a las reseñas, fomentando que su clientela deje comentarios y tratando este perfil gratuito como un escaparate más desde el que promocionar su tienda.



Creación web dentro de un Marketplace donde se alojan webs de hostelería y comercio de la zona. Un espacio gourmet enfocado tanto a la venta física como el entorno digital donde encontrar productos de proximidad y de muy alta calidad.



Miguel Ángel es el nuevo dueño de Librería La Regenta en Corvera, en la calle Asturias 4, bajo.

Lleva con la gestión de este comercio desde hace poco más de un año y como él nos cuenta es como si estuviera empezando.



Desde este comienzo sabe que la digitalización de su negocio es una de las partes importantes de su propia estrategia. Trabaja dos redes sociales que son Facebook e Instagram. Tiene la función de “tienda” integrada dentro de ellas, lo que le permite dar más visibilidad a sus productos. En las próximas semanas pondrá en marcha su página web, por lo que redirigirá sus ofertas en redes a su web, para así generar tráfico y guiar el proceso de compra de su clientela.

La visibilidad de sus productos dentro de la tienda de Facebook hace que le entren pedidos por este canal, además de los que consigue de manera presencial, de esta manera afianza su estrategia multicanal.

Miguel Ángel atiende las redes sociales y la web de Librería La Regenta. Complementa esto con una estrategia multicanal en la que los planos digital y físico se interrelacionan. Su dedicación y empeño le llevan a opinar que todo esfuerzo merece la pena.



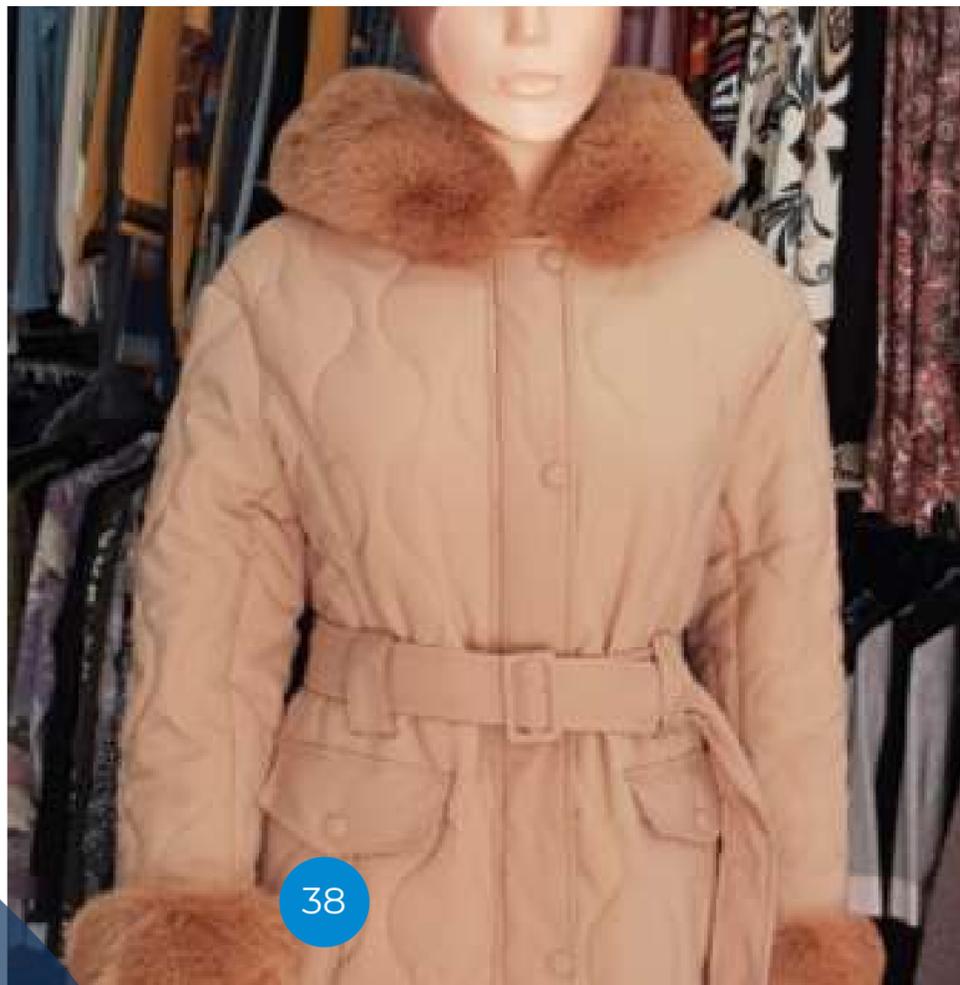


CARMEN COCA
MODA



Situada en Avda. Principado, 40 del barrio de las Vegas, en Corvera, se encuentra la tienda Carmen Coca dedicada a moda y complementos para mujer, de todos los estilos.

Según comenta la propia Carmen, la edad nunca ha supuesto ningún problema para adaptarse a los cambios en materia digital. No ha querido dejar atrás su comercio e intenta cada día llegar de mejor manera a su clientela potencial y actual.

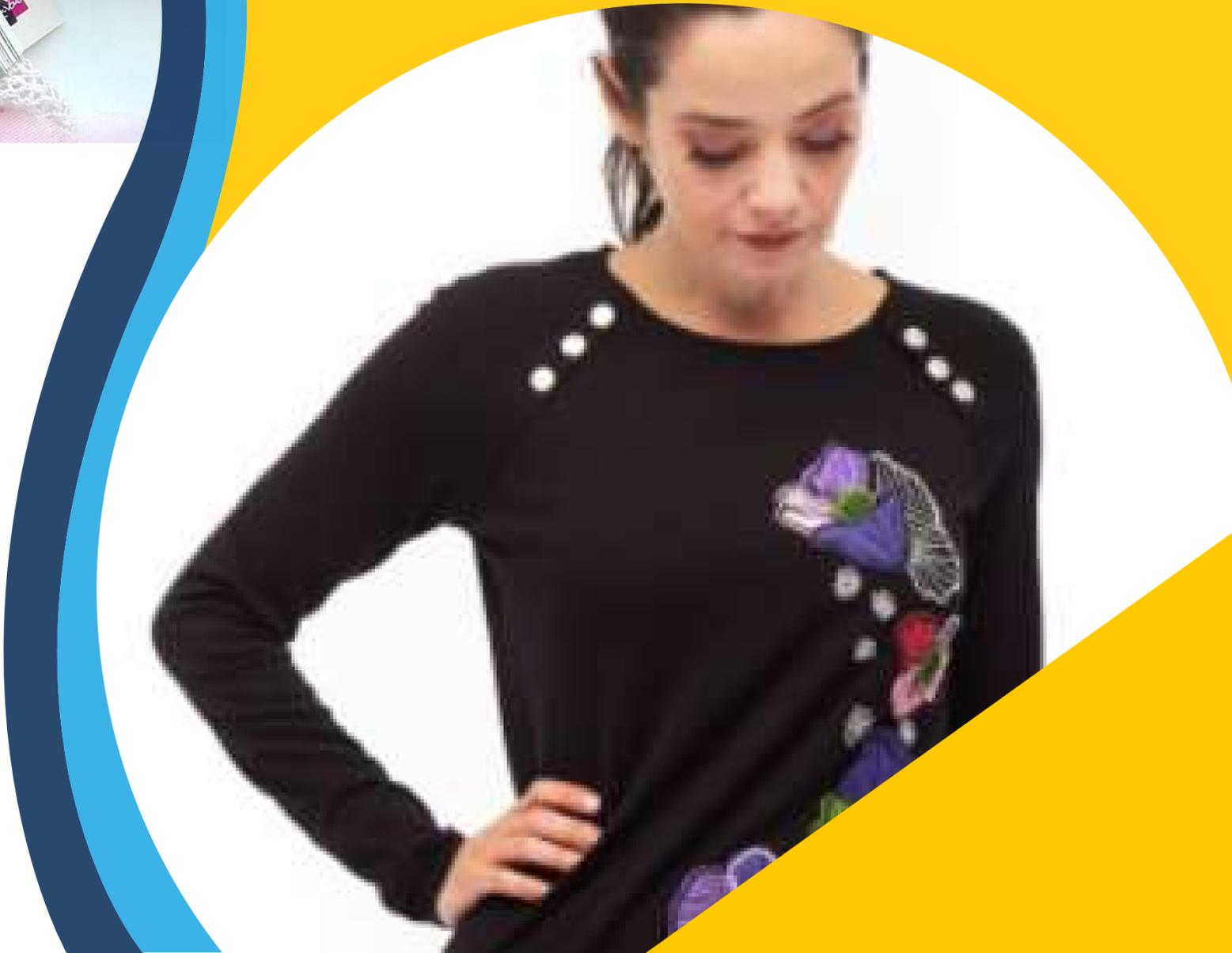




Selección de una red social: perfil de Facebook trabajado y con publicaciones diarias. Y difusión de sus productos en dos marketplaces con una gran implicación en el comercio local de Corvera.

Vende a través de plataformas de terceros y tiene web en dos de ellas: Comercio Corvera y Comercia Club, promovidas una por el Ayuntamiento de Corvera en el primer caso y otra por la Red Asturiana de Autónomos. Ambas plataformas le dan la posibilidad de promocionar sus productos y alcanzar de este modo mayor visibilidad. Además, le aportan una mayor implicación con el comercio local de Corvera para llevar a cabo propuestas colaborativas.

Carmen Coca está haciendo un gran esfuerzo por digitalizar su negocio y una parte de dicha labor la dedica a su perfil de Facebook.



El Colmao De La Felguera

En el centro de la Felguera podemos encontrar esta tienda de ultramarinos con una gran reputación. Marcos Gómez es el dueño de este negocio ubicado en la Calle Dr. Fleming, de la capital del Concejo de Langreo. Lleva años ofreciendo productos de la máxima calidad a su clientela, además, se comenta que es un gran cortador de jamón.

El Colmao de la Felguera nunca ha querido perder el tren de la digitalización y desde su andadura en el Programa de Digitalización Integral del Comercio Asturiano, nos cuenta que ha logrado darle la importancia y el tiempo que se merecen a sus redes sociales, a la ficha de Google My Business y a su página web, aunque ahora mismo, su tiempo esté enfocado a la cercana campaña de Navidad.



La Felguera

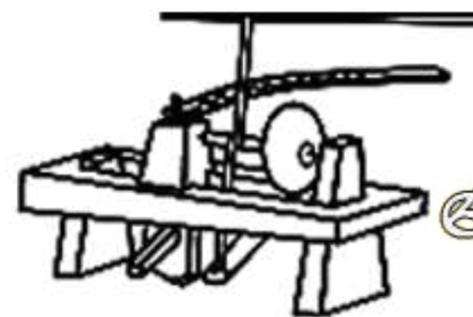


Algo muy importante de su imagen digital son las reseñas. En su ficha de Google, encontramos 59 reseñas, que le dan un 4.6 de puntuación a su comercio. También ha aprovechado las buenas opiniones de su clientela para incluirlas en su página web a modo de testimonios, lo que es un buen truco para generar confianza y afianzar la imagen de marca del establecimiento.

Marcos también conoce la importancia de la creación de contenido de valor a través de su página profesional de Facebook, lo que complementa con una actividad creciente en Instagram.

Destaca su número de reseñas positivas en Google por parte de su clientela, lo que muestra también en su página web. Esto ayuda a mejorar la reputación de su comercio y también es efectivo para reflejar las ventajas competitivas.



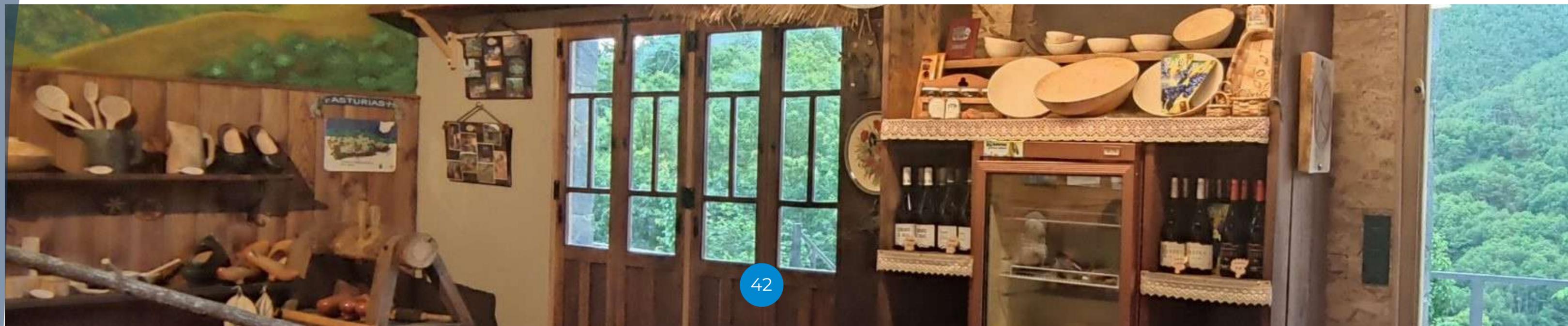


Tienda - taller de Artesanía *La Guarida del Cunqueiru*

Situada en pequeño pueblo de Trabau, en el corazón del Parque Natural del Narcea, Degaña e Ibias se encuentra esta tienda taller “La Guarida del Cunqueiro” un negocio familiar que fue abierto en junio de 2021 como una nueva etapa tras más de 15 años vinculados a un anterior proyecto conocido como El Rincón Cunqueiru. En la Guarida ofrecen productos artesanales: madreñas, instrumentos musicales como las panderetas, pandeiros, castañuelas y un largo etcétera en un establecimiento que, además, acoge visitas guiadas.

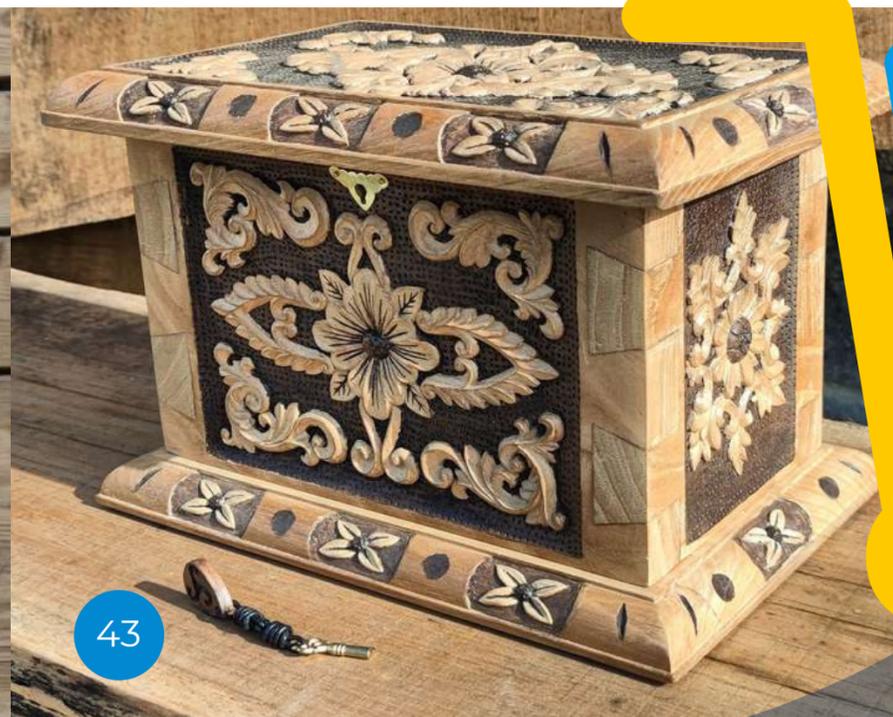


Mezclar digitalización con tradición es el objetivo para poder dar a conocer un producto y un oficio tradicional que ya estaba casi perdido y que tiene un origen de hace más de 1.000 años para poder así acercarlo a cualquier lugar, gracias a una página web que permite reservas a través de un mail.





La sostenibilidad, la artesanía, el concepto de vecindad y el ecoturismo son pilares fundamentales en este taller donde no quieren olvidarse de las tradiciones que nos identifican, sin perder de vista las oportunidades que nos brinda la tecnología.



Web donde encargar productos artesanos a través del email que pueden ser enviados a cualquier lugar del mundo.

ROBERT VETUSTA



Robert Vetusta es la empresa creada por la joven emprendedora Eva Fernández quien, desde Cangas del Narcea, distribuye sus zapatos de diseño por toda España.

Conseguir hacer de tu hobby una profesión es todo un lujo que Eva no quiso desaprovechar y su pasión por el dibujo y la moda la llevaron a idear bocetos de zapatos.



Negocio online de venta de zapatos de diseño personalizados.

Uso de herramientas digitales para personalizar su atención al cliente.

Anuncios publicitarios a través de Instagram Ads diseñando campañas para promocionar su marca.



Reconoce que no resulta del todo fácil poner en marcha un negocio online de este tipo desde Cangas del Narcea, pero gracias a Internet ha conseguido llevar superar la geografía.

Con su firma, Robert Vetusta da una atención personalizada a sus clientas a través de redes sociales, WhatsApp y hasta video llamadas, formas todas ellas de mejorar la atención al cliente que han surgido a raíz de la digitalización.

Instagram es la red social a la que dedica más tiempo ya que es la más visual y la que mejor se adapta a las necesidades de sus clientas. Nos cuenta que realiza campañas publicitarias en ella, para dar a conocer su producto y anima a los comercios a probar ya que considera que este tipo de campañas “son muy sencillas de utilizar y, además, permiten segmentar y acotar mucho los públicos y llegar así a la gente a la que quieres”, cuenta Eva.

El Entrego



Betty
Mercería



Tras 44 años de actividad y desde su nueva ubicación en San Martín del Rey Aurelio, Mercería Betty sigue ofreciendo un amplio abanico de productos de mercería y corsetería, con más de 6.000 referencias de botones, 400 tipos de hilos, más de 50 modelos de medias y gran variedad de tijeras y dedales.

Hasta hace algunos meses, tenían poca experiencia digital y, gracias al esfuerzo que están realizando por digitalizarse, las redes sociales les están ayudando a afianzar su imagen de marca, ya que, de momento, y por el tipo de negocio, no tienen pensado crear una página web, pero si están de camino a tener su propia tienda en Facebook e Instagram.



En fase de creación de una tienda en redes sociales, Facebook e Instagram donde vender su gran variedad de productos.

Presencia en plataformas como Pinterest con un perfil y un conjunto de tableros optimizados.

Gracias a su participación en el programa DICA están poco a poco incorporando herramientas valiosas para su negocio, lo que les permitirá una mayor visibilidad de sus productos.



Rubén Noval González es, junto a su mujer, el dueño de El Nido de la Cigüeña, una tienda infantil de moda y complementos ubicada en Moreda que, en mayo del año pasado, decidieron poner en marcha un e-commerce al que se puede acceder desde el enlace: elnidodelacigüeña.com.

La creación de este comercio online la realizó el propio Rubén, utilizando Wordpress.

El objetivo principal para el que desarrolló este sitio web es dar a conocer sus productos y complementar las ventas que tienen dentro de la tienda física.





Son conscientes de que desde la pandemia se digitalizaron las compras y quieren que sus productos aparezcan de manera online, para que puedan ser adquiridos desde cualquier lugar y con ello, llegar a más personas.

Creen que otro punto fundamental es fidelizar a los clientes y para ello, han optado por aplicar técnicas de descuento por puntos, que están teniendo una buena aceptación por parte de su clientela. Una de las vías a través de las que aplican estas promociones es WhatsApp.

Las redes sociales que trabajan son Facebook e Instagram y están creando un perfil en TikTok para poder llegar a mas segmentos del mercado.

E-commerce creado con Wordpress de manera autodidacta, para la captación de clientela en la web y para dar a conocer sus productos e innovación con nuevos canales en redes sociales como TikTok.





Copyflash es una librería, papelería y copistería que encontraréis en Candás y Luanco, pero desde hace unas semanas se han convertido además en pioneros... de volver a lo retro y es que son la única tienda de la zona donde se pueden comprar vinilos y en ello tuvieron mucho que ver las redes sociales.

Con 20 años de andadura, Rosa y David respaldan su buen hacer y experiencia en las nuevas tecnologías y la digitalización de su comercio.



Una afición por la música que viene desde los primeros pinitos de David como pinchadiscos hace varias décadas y la presencia en grupos temáticos de Facebook, llevaron a este candasin a plantearse un nuevo nicho de mercado como una forma de ampliar su negocio, darle rienda suelta a su hobby y mostrarles a los jóvenes estas joyas redondas propias de otro tiempo.

Un trato personalizado a su clientela de manera presencial y a través de WhatsApp business les ha llevado a ser uno de los establecimientos más longevos de la comarca de Peñes.

Trabajar las redes en las que está nuestra clientela, tanto real como potencial y utilizar éstas para recabar información provechosa para nuestro comercio sobre productos, nichos de mercado, etc.

