

8. ACTIVIDADES CLAVES

El éxito de GOSHO como motor para la evolución digital del comercio local de Vitoria-Gasteiz depende de la ejecución estratégica. Las actividades clave representan el “corazón operativo” del MARKETPLACE y están diseñadas para convertir esta idea en algo rentable y que sobre todo se tenga presente que es totalmente funcional.

Estas actividades no se limitan al mantenimiento de la plataforma en sí, sino que abarcan desde el análisis de la viabilidad de los distintos canales y la reacción de los clientes, hasta la creación de narrativas de marketing emocional, con el objetivo que las personas reconecten con los negocios tradicionales de su barrio o de Vitoria-Gasteiz en general.

La primera acción que se llevará a cabo es la transformación digital y la subida del inventario a la plataforma. En este momento se llevará a cabo un proceso de ir a la tienda para fotografiar los productos y subirlos a la web para que el catálogo de los negocios esté siempre actualizado. Tras fotografiar y subir a la web se empezará un proceso de análisis y viabilidad de canales, en el que se irá investigando cuál de todos es más rentable en el caso de cada comercio, pudiendo investigar canales como redes sociales (Instagram, TikTok, etc.) y canales de comunicación que funcione mejor para atraer clientes a las tiendas físicas.

Al acabar el primer bloque de investigación se pasará a analizar el tipo de storytelling que se llevará a cabo para las campañas de publicidad en el que se pueden usar estrategias como, “compra con el corazón”, que ponen en valor la historia de cada una de las tiendas y los productos que estas ofrecen. Tras elegir la viabilidad, estructura y estrategia que se llevará a cabo para cada

negocio se realizará un seguimiento personalizado mediante auditorías de ventas para guiar el camino de la evolución de estos negocios de “toda la vida”.