

# RURALPYME DIGITAL

Boletim Informativo nº 3



## DIGITALIZE O SEU NEGÓCIO COM O PROGRAMA RURALPYME DIGITAL AAA

Serviço de consultoria digital gratuito para PME e trabalhadores independentes em zonas rurais do Alentejo, Algarve e Andaluzia (Cádiz, Huelva e Sevilha).

[INSCREVA-SE AQUI](#)

### O QUE INCLUI ESTE SERVIÇO?

- ➔ **Teste de diagnóstico digital**, uma ferramenta para avaliar o estado atual da digitalização da empresa.
- ➔ Com base no diagnóstico, será desenvolvido um **Plano de Ação** personalizado para cada empresa, adequado às suas necessidades e objetivos específicos.
- ➔ A **monitorização** será realizada desde o ponto de partida da PME, será prestado apoio na **implementação** do Plano de Ação e será prestado apoio durante todo o processo de evolução digital da PME.

### NESTA EDIÇÃO

COMO TRANSFORMAR A SUA LOJA ONLINE NUMA MÁQUINA DE VENDAS. A SUA LOJA ONLINE NÃO VENDE SOZINHA

CASO DE SUCESSO DE DIGITALIZAÇÃO EM FARO (PORTUGAL)

HISTÓRIA DE SUCESSO DE UMA EMPRESA FAMILIAR TRADICIONAL DE CÁDIS



Ter uma loja online já não é uma vantagem competitiva: é uma necessidade. Mas atenção, abrir um canal de vendas digital não é garantia de sucesso. Não se trata apenas de estar na Internet, trata-se de saber navegar nela. Ter um site de vendas é apenas uma peça do puzzle. O que importa é tudo o que acontece antes, durante e depois da visita do cliente.

## Como transformar a sua loja online numa máquina de vendas. A sua loja online não se vende sozinha.

Uma loja online é apenas o ponto de partida. Tê-la não garante vendas: representa apenas 20% do trabalho. Os outros 80% são sobre atrair tráfego e converter visitas em compras. Como é que isso é alcançado? Com marketing digital, posicionamento SEO, campanhas, redes sociais e conteúdo relevante.

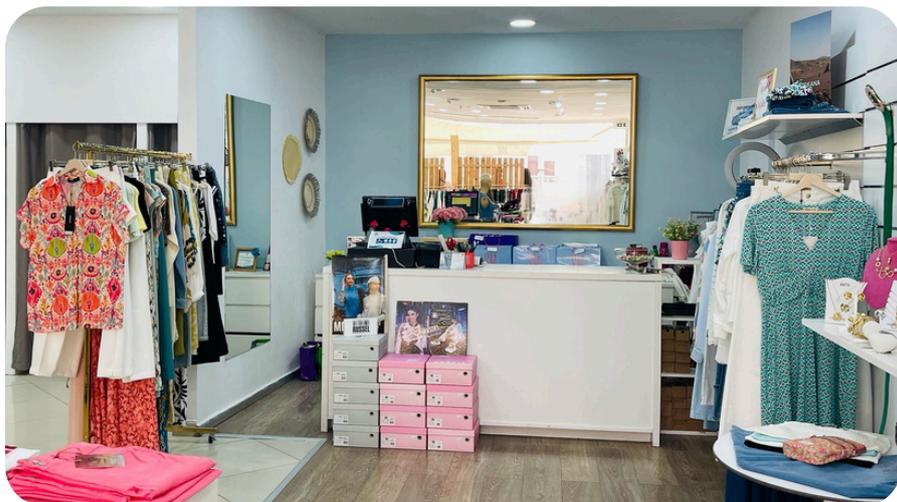
Mas não basta atrair. É preciso conquistar as pessoas: uma loja apelativa com boas fotografias, descrições claras e produtos bem organizados ajuda na conversão. Mostrar momentos reais de consumo também conecta: um azeite na mesa da família, um vinho num jantar romântico, uma t-shirt em ação.

E quando o cliente chega... tem de cuidar dele. Excelente serviço, embalagem diferenciada, apoio pós-venda e chatbots úteis. A fidelização é fundamental: ofertas, ideias de utilização, campanhas temáticas, recomendações. Uma loja online não vende apenas produtos: vende experiências.



Interreg  
Espanña - Portugal





## O PODER DA DIGITALIZAÇÃO: PEQUENAS MUDANÇAS, GERAM GRANDES RESULTADOS

A SM Fashion - Sílvia Martins, é uma conceituada loja de roupa situada na cidade de Faro, que sempre se destacou pela qualidade e variedade de artigos de vestuário e também pela excelência do seu atendimento personalizado e especializado, criando uma experiência única para cada cliente. Destaca-se pela aposta em marcas portuguesas e por uma seleção cuidadosa de vestuário que valoriza a qualidade e o conforto, tendo como missão oferecer produtos que atendam aos diferentes gostos e faixas etárias.

No entanto, num mundo em constante evolução, onde a digitalização tem se afirmado como uma força transformadora, especialmente para as Pequenas e Médias Empresas (PMEs), a SM Fashion reconheceu a importância de se adaptar a este novo contexto. À medida que os consumidores se tornam cada vez mais digitais, a necessidade de inovação e adaptação torna-se cada vez mais crucial para manter a conexão com o público e expandir o alcance da loja.

Foi ao abrir as portas ao mundo digital que a SM Fashion conseguiu ultrapassar as fronteiras físicas da cidade de Faro e alcançar clientes de todo o país. As redes sociais, tornaram-se uma poderosa aliada na estratégia de comunicação da loja. Através destas plataformas, a SM Fashion tem partilhado não apenas histórias sobre os produtos, mas também a dedicação e paixão que coloca em cada peça que disponibiliza. Essa proximidade digital tem vindo a fortalecer a ligação com os clientes.

A SM Fashion provou que, mesmo no contexto digital, a proximidade e a autenticidade continuam a ser pilares fundamentais para estabelecer uma relação de confiança com os seus clientes. Num ambiente cada vez mais digital, a loja conseguiu harmonizar perfeitamente o atendimento personalizado com o uso estratégico das ferramentas digitais, criando assim um impacto significativo e positivo.

**SIGA-NOS EM...**



# LA CHANCA, UMA EMPRESA FAMILIAR TRADICIONAL QUE FABRICA E VENDE PRODUTOS DE ATUM

La Chanca é uma empresa familiar, que trabalha com métodos herdados ao longo de décadas. Desde que começaram a operar na década de 1950, eles evoluíram da produção de peixe salgado numa pequena salga em Barbate, para a fabricação e venda de produtos cada vez mais inovadores em instalações modernas que crescem de acordo com a demanda crescente.

O seu crescimento foi marcado pela capacidade de adaptação aos tempos e aos gostos e métodos de compra dos consumidores. A sua distribuição cresceu na década de 1960 com vendas para empresas na costa do Mediterrâneo; Atendendo à procura dos consumidores particulares, eles abriram lojas em Barbate e cidades vizinhas; Atualmente, eles alcançam o mundo inteiro através de seu site. Vale ressaltar que a abertura para vendas online foi motivada por um desafio global ao qual eles responderam: a COVID-19. Eles são, portanto, um exemplo claro do sucesso da digitalização em pequenas empresas.

Elas são evidências de como uma empresa contribui para a criação de riqueza num ambiente rural. Não só pelo número de empregos que criam, mas sua marca leva o nome de Barbate e Cádiz para fora da província, atraindo visitantes do mundo todo para a sua cidade. Muitos desses visitantes vão ao "Museu do Atum", onde podem aprender sobre o artesanato tradicional de captura, corte (o famoso "ronqueo") e processamento do atum, com uma degustação do produto no final.

Além disso, como a união com o meio ambiente e outras empresas cria sinergias positivas para todos. No site, têm uma seção especial para Barbate e arredores, e nas suas lojas físicas vendem produtos gourmet de outras empresas de Cádiz.

É notável a forma como La Chanca conseguiu aproveitar recursos públicos disponibilizados às empresas por meio de subsídios e subvenções. A receita para o sucesso na otimização desses recursos é aproveitá-los para uma necessidade existente e deixar claro os custos de RH para a empresa em todo o processo de concessão e gestão de subsídios.



## SIGA-NOS EM...



[WEB LA CHANCA](http://www.lachanca.com)