

MICROHUB MANWAL

Gwida kompluta għat-trasformazzjoni
tal-mudell tan-negozju tal-artigjanat



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union



IMSIE#BA

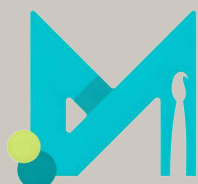




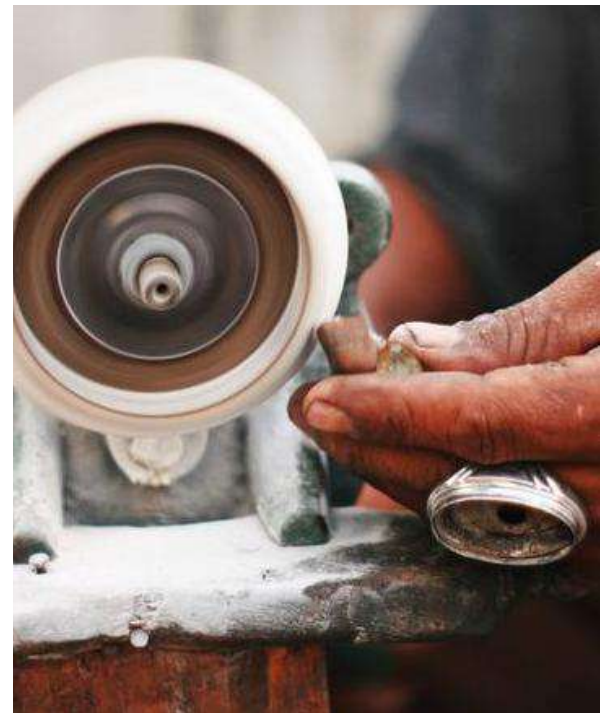
TABELLA TA' KONTENUT

<u>Introduzzjoni</u>	03
<u>Kif tuża l - manwal għal Tagħlim</u>	05
<u>Kif tuża l- manwal għal Tagħlim</u>	07
<u>Modulu 1 - Opportunitajiet ta' identifikazzjoni</u>	08
<u>Modulu 2 — L- ippjanar u l- iżvilupp tan- negozju</u>	28
<u>Modulu 3 — Tnedija ta' negozju & gestjoni</u>	53
<u>Modulu 4 - Litera finanzjarja u ekonomikay</u>	78
<u>Modulu 5 — Networking</u>	98
<u>Modulu 6 — Hsieb Etiku u Sostenibbli Module</u>	124
<u>Modulu 7 - Branding</u>	144

INTRODUZZJONI

Dan il-manwal huwa parti mill-proġett “Microhub ~ Il-promozzjoni tal-kreattività mikronegozju permezz ta’ għodod tal-web f’żoni rurali” u nħoloq biex jgħin lis-snajja’ rurali u lill-artiġjani jtejbu l-ħiliet tan-negozju tagħhom sabiex jiksbu aktar suċċess fil-qasam magħżul tagħhom. Ta’ spiss, l-għaren u l-għarfien tan-negozju jitwarrbu favur il-proċess kreattiv, li jitqies bħala l-“ħobż u l-butir” tal-ħajja ta’ produttur. Il-kreattività hija l-ewwel u qabel kollox f’moħħ l-artiġjan b’attenzjoni żgħira għar-rwol importanti li l-imġiba u l-għarfien tan-negozju għandhom fl-impatt aħħari tal-isforzi tal-produttur.

Mingħajr il-ħiliet kummerċjali rilevanti biex jitqabblu t-talenti kreattivi u l-entuzjażmu tal-artiġjani, iċ-ċans ta’ suċċess fit-tul jonqos, u l-istabbiltà finanzjarja titqiegħed fil-periklu. Dak li jagħmlu u joħolqu ma jiksbu l-attenzjoni li jistħoqqilha u dak li seta ‘sar popolari jew profittabbli gets jithalla lura jew idles fl-oskurità relattiva. Huwa biss billi jkun hemm għarfien sod tal-prinċipji tan-negozju li min jagħmel jista’ b’fiduċja jbassar li hu jew hi se jkunu jistgħu jibdlu passatemp f’karriera potenzjali li se tappoġġjahom għal żmien twil fl-irtirar



F'dan il-manwal hemm diversi moduli ta' taħriġ li jistgħu jagħtu lill-artiġjani ħarsa unika lejn in-naħa tan-negozju tas-sengħa tagħhom. Hemm seba 'moduli, u dawn jinkludu dak kollu li crafter jeħtieġ biex itejbu ċ-ċansijiet tagħhom ta' suċċess. Kull pjan huwa stabbilit deliberatament u strateġikament biex jippermetti lil min jagħmel biex jitgħallem u jisfrutta kwalunkwe talent ta' negozju li jista' jkollu. Il-moduli fil-manwal huma kif ġej:

- **Opportunitajiet ta' identifikazzjoni**
- **I-ippjanar tan-negozju u l-iżvilupp Tnedija u ġestjoni Netwerking**
- **taġ-l-litteriżmu**
- **finanzjarju u ekonomiku**
- **Marka tal-Ħsieb Etika u Sostenibbli**
-

Dan il-manwal huwa gwida ideali, iżda għal esperjenza aktar kompluta, jekk jogħġbok irreferi għall-MOOC (kurs online miftuħ massiv) għal tliet moduli addizzjonali (8, 9, 10) biex jiġi ffaċilitat aktar taġħlim. Il-MOOC jipprovdi wkoll l-opportunità għal awtovalutazzjoni u skambju bejn il-pari ta' għarfien u ideat. Flimkien ma' dan, l-artiġjani jew artiġjanali se jkunu jistgħu jsibu riżorsi addizzjonali, bħal links għal studji ta' każijiet ta' negozju reali, qari rrakkomandat, mudelli għall-ippjanar tan-negozju u finanzjarju, eċċ.

Moduli Extra misjuba fil-MOOC,

- Modulu 8: Riżorsi ta' taġħlim addizzjonali u studji ta' każijiet prattiċi
- Modulu 9: Riżorsi addizzjonali għat-taġħlim ibbażat fuq il-proġetti u l-iskambji bejn il-pari
- Modulu 10: Valutazzjoni ta' qabel u ta' wara l-istudju

Il— online taħriġ kurs laned tkun aċċessat permezz ta'
dan link: <https://microhub.erasmus.site/online-tool/mooc/>

KIF TUŻA L-MANWAL GĦAL TAGĦLIM

Dan il-manwal jista' jintuża bħala kors awtonomu għas-snaġġa' u l-artiġjani li qed ifittxu li jtejbu l-ħiliet tagħhom. Kull modulu jkopri aspett importanti tan-negozju u jagħti ħarsa ġenerali tajba ta' dak il-qasam. Crafters jistgħu jagħżlu li jistudjaw moduli kollha jew pick-dawk li hu jew hi jħoss li huma l-aktar dgħajfa fl. Huma jistgħu jiġu studjati fi kwalunkwe ordni u fi żmien li l-aktar suits l-manifattur.

Pereżempju, jekk tħoss li inti b'saħħtu fl-ippjanar tan-negozju iżda dgħajfa fl-etika, tista' taqbeż it-tieni modulu "Ippjanar u żvilupp tan-negozju" u tmur dritta għas-sitt "Ħsieb Etiku u Sostenibbli". Jew jekk tħobb il-branding (modulu 7) u tippromwovi lilek innifsek bħala artist, iżda m'għandekx idea dwar il-ġestjoni finanzjarja tan-negozju personali tiegħek, tista' tagħżel il-modulu 4 "Litteriżmu Finanzjarju u Ekonomiku", u mbagħad wara forsi tidhol aktar fil-fond f'dawk is-sugġetti li tħossok aktar komdu bihom.



Qabel ma tibda l-manwal, hemm valutazzjoni ta' 'qabel l-istudju fil-modulu 10 tal-MOOC, li jippermettilek tagħmel test ta' malajr u tkejjel l-għarfien tiegħek tal-qasam. Imbagħad tingħata gwida dwar liema moduli jkunu l-aktar rilevanti għalik biex tistudja. Barra minn hekk, hemm ukoll serje ta' mistoqsijiet b'għażla multipla biex twieġeb sabiex tkun tista' tittestja dak li tgħallimt u l-kompetenzi l-godda tiegħek fil-kapitoli tal-aħħar tal-MOOC. Din il-parti tista' sservi bħala monitoraġġ tal-progress proprju f'kull waħda mit-temi, u se tagħti lil min qed jitgħallem aktar indipendenza u awtonomija fit-tagħlim tiegħu.



Kemm il-manwal kif ukoll il-MOOC jaħdmu f'konformità ma' xulxin u b'mod komplementari. Għal valur immersiv u edukattiv saħansitra akbar, informazzjoni addizzjonali u suggerimenti ta' tagħlim jistgħu jinstabu fil-modulu 8, filwaqt li l-modulu 9 fih mistoqsijiet ta' riflessjoni u punti ta' diskussjoni f'forum bi stil miftuħ, u fl-aħħar nett il-modulu 10 fil-MOOC għandu diversi mistoqsijiet ta' awtovalutazzjoni li jistgħu jagħtu lis-sengħa jew lill-artiġjanat ħarsa generali aħjar ta' fejn jinsab fir-rigward tal-fehim u l-iżvilupp tal-ħiliet u l-kapaċitajiet tagħhom.

Għal dawk mingħajr aċċess għall-internet, il-manwal huwa rizorsa ta' tagħlim flessibbli u kompluta li se jgħallmu l-ħiliet u l-għarfien li għandek b'zonn sabiex iġġib in-negozju tiegħek għal-livell li jmiss.

KIF TUŻA L-MANWAL GĦAL

TAGĦLIM

Il-manwal huwa riżorsa utli għal gwida jew għalliem biex jużaw fil-klassijiet tagħhom. Hija tista' toffri hafna ta' għarfien u valur għall-għalliem peress li huwa kors kollu ffukat fuq il—

it-trasformazzjoni ta' mikronegozji artigjanali, b'mod partikolari meta jitqiesu l-opportunitajiet digitali u xprunati mis-sostenibbiltà.

Jista' jkun riżorsa supplimentari għat-tagħlim normali tagħhom, jew jistgħu jużaw il-manwal kollu.



Il-manwal huwa wkoll għodda imprezzabbli għal mentor li qed ifittex li jiggwida sengħa jew artigjan (jew grupp ta' nies tas-sengħa u artigjani) għal fehim aħjar tal-prinċipji tan-negozju meħtieġa fil-bini u t-trawwim ta' mikronegozju stabbli u b'saħħtu. Hija għodda aktar minn adegwata biex tgħallem ir-rwol tan-negozju fil-ħajja tas-sengħa u għandha dak kollu meħtieġ biex iġġib il-ħiliet u l-għarfien tal-produttur f'konformità ma' dak li għandhom ikunu għal suċċess immedjat u sostnut.

Għalliem jew mentor jista' wkoll jikkombina l-manwal mal-MOOC (kors online miftuħ massiv) biex jisfrutta l-għaxar moduli kollha disponibbli, u jimmassimizza l-benefiċċju għall-artigjani jew il-manifattur. It-tliet moduli addizzjonali fil-MOOC jinkludu mistoqsijiet b'għażla multipla u

**OPPORTUNITAJIET TA'
IDENTIFIKAZZJONI**

OPPORTUNITAJIET TA' IDENTIFIKAZZJONI

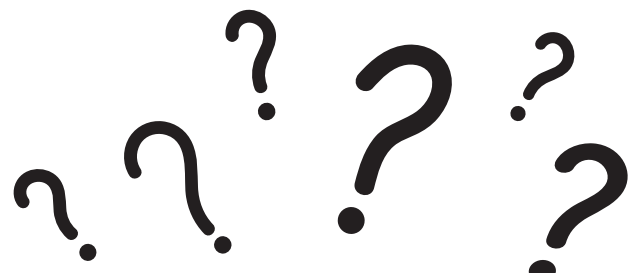
KIF JIRRIKONOXXU OPPORTUNITÀ TA' 'NEGOZJU U JAGĦMLU L-FLUS FIL-PROĊESS

X'inhomportunità ta' negozju?

Fi kliem semplici, opportunità ta' negozju hija investment ta' negozju li jippermettilek, l-intraprenditur, tibda jew tespandi n-negozju tiegħek. Hija l-opportunità li tintuża okkorrenza, kundizzjoni favorevoli, fis-suq biex jinħoloq gwadann. Huwa dak li jiddistingwi negozju ta' suċċess minn wieħed fallut. Xi negozjanti huma ta' suċċess minħabba li jistgħu jaraw opportunità fejn ħadd ieħor jista' u jistgħu jużawha biex joħolqu profitt. Eżempju tajjeb huma l-kotba elettronici. Amazon mllet il-vojt fis-suq billi ħadet il-kunċett il-qadim (kotba) u ttrasformah f'xi ħaġa ġdida (kotba elettronici digitali), li teħtieġ apparat digitali wieħed biss (eż. tablet, smartphone).

Iżda għaliex għandek tiegħu ħsieb l-opportunitajiet ta' negozju?

Inti jista' jkollok mikronegozju tiegħek stabbilit pretty ukoll u huma kuntenti ma' kif huwa. Ukoll, huwa kruċjali għas-suċċess. Dan jippermettilek li jew tibda n-negozju tiegħek, tikber, jew tespandi jew/u tagħmilha ta' suċċess. Wara kollox, għan primarju tan-negozju tiegħek huwa li jgħix u jirnexxu, u b'hekk jinħoloq profitt. Opportunità ta' negozju tista' tkun xi problema, sitwazzjoni, jew kwistjoni. Dan jista' jippermettilek tuża l-kreattività tiegħek biex iġġib xi ħaġa ġdida u innovattiva fuq il-mejda. Din hija opportunità biex tikber in-negozju tiegħek billi tirfina l-prodott tiegħek, tipperfezzjona s-servizz tiegħek għal udjenza fil-mira saħansitra aktar speċifika jew sempliciment ittejjeb il-pjan tan-negozju tiegħek. Fl-aħħar nett, huwa normalment xi kundizzjoni favorevoli (riżorsa ġdida, domanda ġdida, klijentela ġdida) li tippermetti li inti toħloq aktar profitt.



Issa li inti taf għaliex huwa importanti li inti tista 'titgħallem kif tagħmel dan. L-opportunità ta' spotting tista' titqassam biex tidentifika l-opportunità, tevalwaha, u mbagħad tagixxi fuqha. Biex tuża l-abbiltajiet tiegħek biex toħloq xi valur (EntreComp, 2016 p. 12).

● **L-identifikazzjoni tal-opportunità:** Meta tibda kwalunkwe tip ta' negozju, jista' jkun li tixtieq twieġeb din il-mistoqsija l-ewwel: Il-prodott tiegħek huwa soluzzjoni għal xi problema diġà eżistenti? Se timla l-vojt fis-suq? Tista' ttejjeb prodott li diġà jeżisti? Hafna negozji ta' 'suċċess inħolqu billi jippruvaw isolvu xi hteġa personali jew problema. Fundatur tal-marka kosmetiċi Malinna kien qed ifittex prodott tat-tindif effettiv u bijodegradabbli u spiċċa joħloq negozju tal-familja prosperu.

● **Evalwazzjoni:** Meta tiddeċiedi dwar il-prodott tiegħek, għandek issir taf jekk huwiex vijabbli. Din il-fażi hija magħrufa wkoll bħala riċerka jew analiżi tas-suq (aħna qed ikopruha f'aktar dettall fit-taqsimi SWOT u l-analiżi tas-suq). F'dan l-istadju għandek tikseb feedback dwar l-idea tiegħek minn nies reali — jixtiequ jixtru l-prodott tiegħek? Għandhom bżonnha? Dan jgħinek ukoll biex tispeċifika l-grupp fil-mira tiegħek (li se jkun ix-xerrej tiegħek, kemm hu kbir is-suq potenzjali).

● **Azzjoni:** Jekk it-tweġibiet għal dawn il-mistoqsijiet iwasslu biex inti temmen li l-prodott tiegħek huwa meħtieġ u riedu, wasal iż-żmien li jaġixxu fuqha. Idea se jibqgħu biss li, idea, sakemm inti tagħmel xi haġa dwar dan.



Biex jgħinuk tiċkien, hawn xi oqsma fejn tfittex opportunità:

- **Opportunità ġdida, mhux sfruttata jew ripressa:** Idealment, inti se toħloq prodott innovattiv, ġdid u jimmarka territorju mhux mittiefes. Favuri? I-ebda kompetizzjoni. Tista' ssib ukoll opportunità f'riżorsi mhux sfruttati, bħal ingredjent ġdid, materjal, jew proċess ta' manifattura. Jew inti tista jaħtfu xi ħtieġa repressed li huwa mitlub ħafna iżda l-ebda wieħed jidher li jilqgħu għal dan.
- **Teknoloġija:** Teknoloġija llum tippreżenta riżorsa inezawribbli ta 'opportunitajiet, kif aġġegġi godda u mtejba ta' kuljum, proċessi, software u l-bqija jitfaċċaw. Tista 'tgħaqqad l-ingenju tiegħek mal-aħħar teknoloġija, pereżempju printer 3D?
- **Kompetizzjoni.** Huma jgħidu li l-kompetizzjoni hija l-omm tal-innovazzjoni. Tista' tagħmel xi ħaġa aħjar mill-kompetituri tiegħek u toħloq valur fl-istess ħin?
- **Shubija.** Għandek crafters shabi li jaħdmu fil-qasam tan-negozju tiegħek? Forsi inti tista 'toħroġ ma' xi ħaġa flimkien, jew vit fi riżorsa ġdida. Hemm saħħa fin-numri

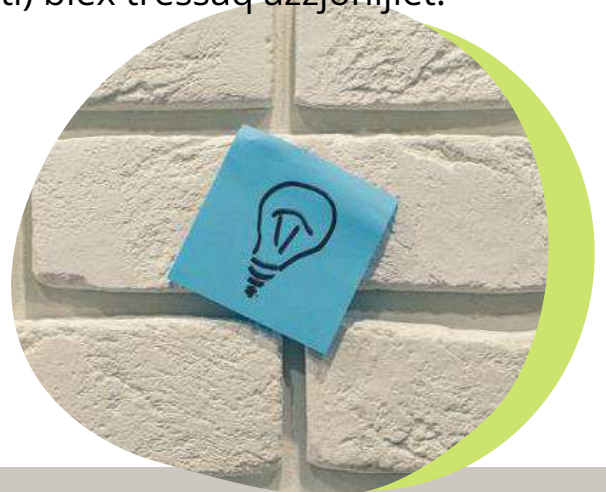
PROĊESS TA' ĦSIEB TAD-DISINN

X'HEMM FID-DINJA HUWA LI?

Għalkemm ismu jista' jkun qarrieqi, il-ħsieb dwar id-disinn mhuwiex iddeżinjat għad-disinjaturi, u lanqas ma huwa ffukat fuq soluzzjonijiet diġitali. Għall-kuntrarju, jista' jintuża f'operazzjoni ta' negozju ta' kuljum. Huwa proċess biex jiġu indirizzati problemi kumplessi ħafna.

Il-ħsieb tad-disinn huwa mentalità li tiffoka fuq is- soluzzjoni għal problema aktar milli l-problema u hija ċċentrata fuq il-bniedem, li jfisser li hija ffukata fuq l-utent. Huwa ħsieb barra mill-kaxxa, bl-użu l-kreattività inti għandek toħroġ bi ħafna ħafna soluzzjonijiet innovattivi. Il-ħsieb tad-disinn huwa dwar ir-riżultati aktar milli l-ostakli.

Hija tuża ħsieb mhux lineari (karattru tal-artisti) biex tressaq azzjonijiet.



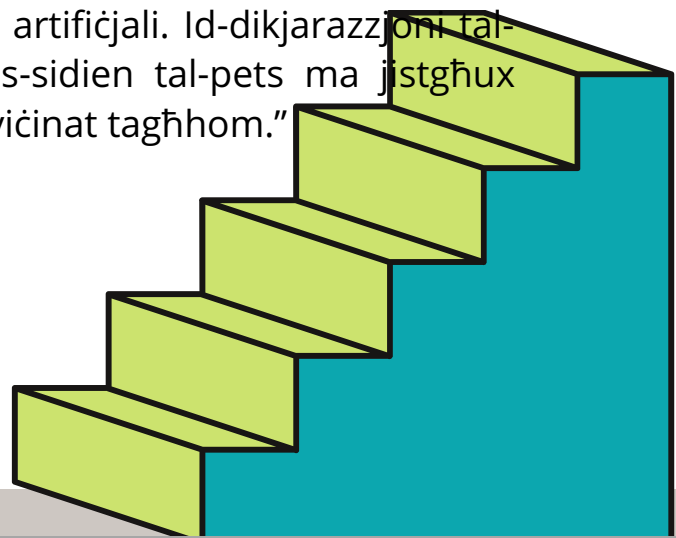
Għalhekk, għandek bżonn terġa' tivvinta l-mudell tan-negozju tiegħek? Qed tipprova tadatta l-prodott tiegħek biex tkun aktar konformi mal-valuri tiegħek? Trid toqrob lejn gruppi godda ta' klijenti? Dawn il-mistoqsijiet kollha jirrappreżentaw problemi kumplessi li fihom il-ħsieb tad-disinn jista' jintuża biex jgħinek toħroġ bis-soluzzjoni li għandek bżonn. Il-ħsieb tad-disinn jintuża wkoll minn shots kbar bħal Netflix, Orali B, Airbnb u UberEats.

Jirriċerka il-letteratura, inti tista 'ssib passi differenti ħafna, stadji u/jew proċessi tal-proċess ta' ħsieb Disinn. Hawnhekk huwa l-aktar wieħed użat: 1. Empathize: Kif issemma qabel, il-proċess tal-ħsieb tad-disinn huwa kollu dwar in-nies. Ipprova jimmagina li inti l-waħda fil-bżonn tal-prodott jew is-servizz. X'jħossu simili? Fejn huma l-ostakli? Matul dan l-istadju għandek tipprova tifhem il-klijenti tiegħek. Allura go out u tkellem magħhom, jistaqsu mistoqsijiet, u avviż emozzjonijiet tagħhom. Huma ferħana meta tisma 'dwar il-prodott tiegħek, jew għall-kuntrarju dawn ma jidhrux li huma involuti? Din il-fażi tagħtik l-inputs li għandek bżonn għall-istadju li jmiss.

2.3. Ideate: Dan huwa l-ħin għall brainstorming u jiġġeneraw ideat biex jindirizzaw id-dikjarazzjoni problema. Taf lill-grupp fil-mira tiegħek (is-sidien tal-annimali domestiċi) u l-problema (nuqqas ta' kura b'saħħitha). F'dan l-istadju jippruvaw joħorġu bl-ideat kif ħafna

kemm jista 'jkun, u ma jimpurtax jekk humiex fattibbli, crazy, jew totalment undoable. Dan huwa l-proċess kreattiv. Bil-mod lejn l-aħħar ta' dan l-istadju, dejjaq l-isfel għal biss ftit ideat żviluppatti sew.

Iddefinixxi: Għandek ħafna informazzjoni bbażata fuq is-sejbiet mill-istadju tal-Empathize. Issa għandek bżonn li biċċa flimkien. X'inhuma s-sugġetti komuni hawnhekk? Dak li ħareġ? Ladarba jkollok li għandek tiddefinixxi dikjarazzjoni problema, kwistjoni li tixtieq tindirizza. Ejja ngħidu li n-nies huma nieqsa cookies home-made għall-klieb tagħhom li huma organiċi u mingħajr addittivi u kuluri artifiċjali. Id-dikjarazzjoni tal-problema tiegħek imbagħad tista' tkun: "Is-sidien tal-pets ma jistgħux isibu trattamenti organiċi u b'saħħithom fil-vicinat tagħhom."



4. Prototipi: Prototip huwa verżjoni rħisa tal-prodott tiegħek. Dan jista' jkun mudell tal-karta, prezentazzjoni diġitali, jew mudell sempliċi tal-kompjuter (jew fil-każ tiegħek trattament b'saħħtu moħmi fil-kċina tiegħek). Dan l-istadju jippermettilek li tibni (ganaċ) prototip irħis, u jonqsu, jekk trid. Huwa ieħor sessjoni brainstorming, biss din id-darba inti tweaking prodott tiegħek — żżid jew telimina l-karatteristiċi (eż, ingredjenti).

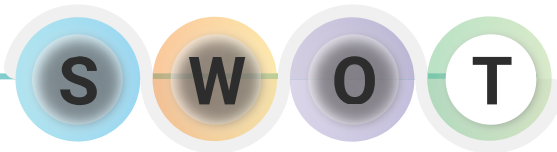
5. Test. Fl-aħħar stadju tal-proċess tal-ħsieb tad-disinn, tieħu l-prototip tiegħek u tittestjah fuq in-nies reali (fil-każ tiegħek fuq il-klieb u s-sidien tagħhom). Għandek tinteragixxi mal-grupp fil-mira tiegħek biex tikseb il-feedback li għandek bżonn. DID huma bħalu? Is-sidien jidhru kuntenti? Jew forsi huma jixtiequ li inti użati ingredjenti differenti jew forom? Forsi taf li għandek bżonn tirrevedi l-istadju tal-Empathize jew forsi se jkollok tmur lura u toħloq xi ideat ġodda biex tagħmel titjib.



Proċess ta' ħsieb tad-disinn huwa użat ħafna, kemm jekk huwa mhux għall-profitt jippruvaw isolvu dilemmi soċjali, jew marki li joħolqu prodotti jew servizzi ġodda. Huwa mod tajjeb ħafna kif tintuża l-kreattività biex jinstabu soluzzjonijiet jew biex tinstab opportunità ġdida.

JIEN TAJJEB BIŻŻEJJED?

IL-MISTERU TA 'SWOT U L-ANALIŻI TAS-SUQ



SWOT tfisser S — qawwiet, W — dgħufijiet, O — opportunitajiet u T — theddid. Hija għodda analitika li tista' tuża biex tevalwa l-potenzjal tal-mikronegozju tiegħek u l-fatturi li jinfluwenzawh. Hija għodda utli ta' ppjanar strateġiku li tinfurmak dwar il-prestazzjoni attwali tiegħek, l-industrija, u l-prodott, u jista' jkun utli ħafna meta tkun qed tikkunsidra opportunità ġdida.

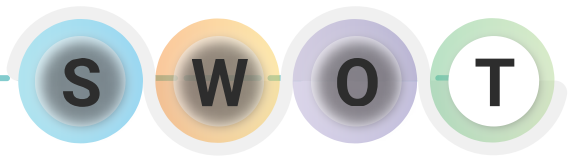
L-ewwel nett, dak li għandek tkun taf huwa li l-punti b'saħħithom u dgħjufijiet jiġu minn ġewwa n-negozju tiegħek. Hija xi ħaġa li tista' tinfluwenza direttament, iżda l-opportunitajiet u t-theddid huma xi ħaġa li ftit li xejn għandek kontroll fuqha, pereżempju l-COVID-19 jew reċessjoni fis-suq. Ejja nkissruha:

QAWWIET: elenka l-vantaġġi tan-negozju tiegħek. X'taħseb li jagħmel in-negozju/prodott tiegħek aħjar mill-kompetizzjoni tiegħek? Tista' telenka kolli — għandek spazju tajjeb għax-xogħol? Bażi ta' klijenti leali? Qed tuża l-aktar teknoloġija ġdida? Jew għandek nies handy madwarek? Elenkaha!

DGĦUFIJET: fejn huma downfalls tiegħek? X'jista' jsir aħjar, b'mod aktar effiċjenti? Forsi marka tiegħek hija dgħajfa, forsi inti taħdem sigħat twal, imma m'intix jiksbu kemm inti d xtaqu. Aħna mhux qed jippruvaw biex demotivate inti. Fil-ħin, inti se tkun tista' tara l-progress li għamilt minn ħafna mid-dgħufijiet tiegħek qed jiġu solvuti.

OPPORTUNITAJIET: kif għidna qabel, l-opportunitajiet jiġu minn barra. Jista' jkun programm ta' taħriġ ġdid li għandek l-opportunità li tattendi biex tikseb ħiliet ġodda; forsi hemm liġi ġdida li tippermettiek li tesporta lejn pajjiżi ġodda; jew inti ffurmaw kollaborazzjoni ġdida. Xi opportunitajiet jistgħu jkunu ta' theddid fl-istess ħin. F'dak il-każ inti žid it-tnejn.

THEDDID: X'jista' jagħmel ħsara lin-negozju tiegħek li għandek l-ebda kontroll fuq? It-theddid jista' jkun pereżempju t-tibdil fil-klima li jikkawża nixfiet b'impatt negattiv fuq ir-rendiment tal-għelejjel, saturazzjoni żejda tas-suq, eċċ.



Issa li inti lest ma 'erba' listi tiegħek, għandek tipprijorizza l-oġġetti

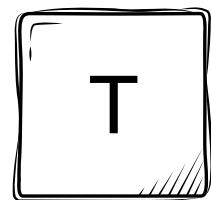
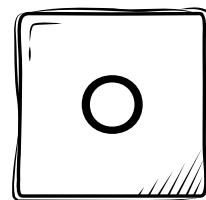
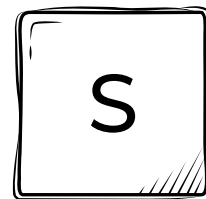
X'inhu l-aktar importanti u għandu jigi ttrattat minnufih?

X'jista 'jistenna sakemm ikollok aktar ħin, rizorsi, jew għajnuna żejda?

Essenzjalment, il-punti ta' saħħa tiegħek għandhom jgħinuk tibbenefika minn opportunitajiet u tegħleb it-theddid. Għandek insemmu kif tegħleb id-dgħufijiet tiegħek. SWOT għandhom jippuntaw inti fid-direzzjoni t-tajba u jizviluppaw l-istrategija tiegħek għall-futur.

Suggerimenti għal analiżi SWOT effettiva:

- Punti ta' saħħa, dgħjufijiet = interni
- Opportunitajiet, theddid = esterni
- Uża fatti, data realistika, mhux l-opinjoni tiegħek
- Żommha qasira iżda preċiża (3-5 affarijiet għal kull kategorija)



Tista 'tuża karta u pinna biex twettaq SWOT, iżda hemm ħafna applikazzjonijiet u mudelli digitali biex jgħinuk torganizza l-ħsibijiet tiegħek. Tista 'tniżżel direttament app SWOT biex smartphone tiegħek, jew tista' tniżżel b'xejn xi mudelli sofistikati.

ANALIŻI TAS-SUQ



Analizi SWOT huwa mod wieħed biex tidentifika opportunitajiet godda bl-użu ta 'analizi tan-negozju tiegħek. I-oħra hija l-analizi tas-suq. Jekk inti negozjant mikro, inti probabilmment għandek biżżejjed fuq il-pjanċa tiegħek minbarra tagħmel riċerka estensiva. Inti għandek negozju biex imexxu u affarijiet li jagħmlu. Il-kumpaniji l-kbar għandhom ir-riżorsi u n-nies li jwettqu l-analizi għalihom. Allura għaliex ħela ta 'hin prezzjuż?

Ir-riċerka tas-suq tgħinek biex tibqa' f'kuntatt mal-udjenza tiegħek. Jekk tiflew il-klijentela tiegħek, tiflew kollox, speċjalment jekk tkun żgħir. I-ewwel u qabel kollox tiftaħ bieb għal opportunitajiet godda billi tidentifika klijentela aktar speċifika, tissuggerixxi ideat għal prodotti godda, timminimizza l-għażliet ħżiena, u tiffranka l-hin u r-riżorsi tiegħek, kif ukoll tgħinek toqgħod attent u dejjem tkun taf x'hemm trending. Hawn huma xi għodod utli li tista' tuża biex jgħinuk riċerka fis-suq biex jadattaw għall-ħtiġijiet tal-klijent tiegħek. Huma normalment b'xejn jew bi ħlas żgħir. Jekk jogħġbok żomm f'moħħok li dawn l-għodod, u l-midja soċjali speċjalment, jinbidlu maż-żmien u dak li llum jitqies bħala "tendenza" jista' ma jkunx rilevanti fi żmien ftit xhur. Għalhekk huwa importanti li wieħed jipprova jibqa' aġġornat għal liema mezz huwa attwalment meqjus bħala "IT".

IL-MIDJA SOĠJALI

QUORA

REDDIT

STHARRIĠ

MAGNI TAT-TIFTIX

I-ANALITIKA

Soċjali media — Facebook, Twitter, Instagram u aktar. Billi tohloq profil fuq il-midja soċjali, għandek aċċess litteralment għal biljuni ta' nies b'xejn. Jekk qed tirriċerka fis-suq, ingħaqad ma' grupp ta' interess tiegħek u ibda qari permezz tal-kummenti. Huwa sors prezzjuż ta' informazzjoni. Ladarba ssir familjari mal-grupp, tista' tistaqsi lill-klijenti potenzjali tiegħek mistoqsijiet diretti.



Q

Quora — hija midja soċjali stabbilita bl-għan uniku li twieġeb il-mistoqsijiet. Tista' j'jew tistaqsi mistoqsija u tikseb tweġiba diretta mill-utenti (ħafna minnhom huma attwalment esperti) jew tista' tara liema utenti oħra qed jistaqsu u ara dak li bħalissa huwa bothering minnhom.

Reddit –Reddit huwa maqsum hekk imsejha “subreddits”, li hija kbira jekk inti qed tipprova tkun taf aktar dwar niceċ/komunitajiet speċifiċi. Tfittxija bbażata fuq l-ingenju tiegħek jistgħu juruk punti uġiġh ta' udjenza tiegħek u dak li verament jaħsbu. Għal darb'oħra, tista' biss tibrawzja u tfittex opportunità ġdida, jew tistaqsi mistoqsija diretta għal subreddit.



Stharriġ — bħala mikro negozjant inti probabilmment ma għandekx eluf ta' klijenti. Dak li inti tista' tagħmel huwa użu software awtomazzjoni kummerċjali li jibgħat stharrig qasir awtomatiku lix-xerrejja tiegħek. Aghżel mistoqsija waħda sempliċi biex tara x'għamilhom jixtru l-prodott tiegħek. Jew, dak li ma tħallihomx jixtruh? Dan jista' jipprovdilek ukoll informazzjoni siewja dwar x'jista' jittejjeb jew x'inhu effettiv.

MAGNI TAT-TIFTIX– inti tista' tikseb l-ideat ukoll billi jkunu jafu x'hemm trending. Iċċekkja l-kompetizzjoni tiegħek u ara liema kontenut huwa l-aktar popolari. Tista' tuża għodod bħal Buzzsumo biex tagħtik hjiel billi turik liema suġġett qed jiġi mfittex għall-aktar.



ANALITIKA– inti tista' tikseb l-ideat ukoll billi jkunu jafu x'hemm trending.

Iċċekkja l-kompetizzjoni tiegħek u ara liema kontenut huwa l-aktar popolari.

Tista' tuża għodod bħal Buzzsumo biex tagħtik hjiel billi turik liema suġġett qed jiġi mfittex għall-aktar.



INNOVAZZJONI

XEJN'S POSSIBBLI JEKK INTI HADTHOM LTQAJNA BIŻŻEJJED NERV

Jekk inti mikro negozjant u inti għadek tagħmel l-istess affarijiet, li joffru l-istess servizz jew l-istess prodott aktar u aktar mill-ġdid, inti qed ttitlef l-opportunitajiet. Huwa għalhekk li għandek tkun innovattiv.

“L-innovazzjoni hija l-proċess ta’ ħolqien ta’ valur bl-applikazzjoni ta’ soluzzjonijiet godda għal problemi sinifikanti.”

Hemm erba’ tipi differenti ta’ innovazzjoni li tista’ tiġi ispirat minn:



Innovazzjoni ta’ tfixkil:

l-innovazzjoni fixkiela tirreferi għall-użu tal-innovazzjoni u t-teknoloġija biex jiġi mfixkel suq diġà eżistenti, u b’hekk prodott ta’ livell għoli jingħata lil utent regolari. Normalment jidher fil-kumpaniji l-kbar. Hu perezempju Ford Motors. Ford ma wintax il-karozza nnifisha. Iżda fl-1913, iddisinjaw l-ewwel linja ta’ assemblaġġ li tiċcaqlaq (teknoloġija ġdida), li tippermetti li l-karozzi jiġu prodotti bil-massa u affordabbli għal kulhadd, u b’hekk ifixklu s-suq kollu tal-karozzi. L-aktar tfixkil komuni huwa fil-fatt in-negozji l-ġodda, peress li jistgħu jieħdu l-vantaġġ ta’ xi segmenti injorati tas-suq u jgħibu soluzzjoni ġdida u aktar affordabbli.

Innovazzjoni inkrementali:

l-innovazzjoni inkrementali hija bażikament it-titjib ta’ prodott li diġà jeżisti. Dan jirrappreżenta riskju iżgħar u bidla iżgħar fl-istatus quo. Eżempju tal-innovazzjoni inkrementali huwa Cherry Coke mill-Coca-Cola — huma sempliċiment żiedu toġhma ġdida ma’ prodott diġà eżistenti u taw il-frott.

Innovazzjoni radikali

Jekk qed tinfaqa' bil-kreattività u l-innovazzjoni, tista' tivvinta prodott ġdid sħiħ. Din tissejjaħ innovazzjoni radikali. Eżempju jista' jkun invenzjoni tal-ajruplan, jew letterpress. B'innovazzjoni radikali, iż-żmien huwa kollox. Jekk tikkummerċjalizza l-prodott ġdid tiegħek malajr wisq, l-aċċettazzjoni tal-prodott il-ġdid tista' tkun bil-mod wisq jew ma taħdimx. Imma jekk ikollok dan id-dritt, inti tista' toħloq suq ġdid kollu.

Insostnu l-innovazzjoni

Dan it-tip ta' innovazzjoni jirreferi għall-ħolqien ta' prodott ġdid aħjar b'għan wieħed biss, biex jinħoloq profitt. Hu notebooks pereżempju. L-ewwel kien hemm kompjuters desktop. Notebooks għandhom l-istess karatteristiċi u kwalitajiet; huma žiedu biss dimensjoni addizzjonali — portabbiltà. Meta n-nies bdew jixtru notebooks, hija ħolqot profitt enormi.

TA' TFIKKIL

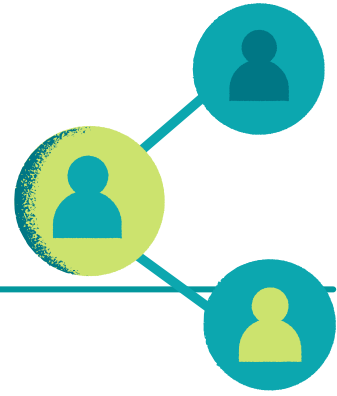
INKRIMENTALI

RADIKALI

SOSTENN

IL-FERĦ TA'

NETWERKING SOĊJALI



Il-ħolqien tal-udjenza

Għal kull negozju, kbar jew żgħar, il-klijenti huma kollox. Il-klijenti tiegħek huma l-akbar assi tiegħek. Mingħajrhom in-negozju tiegħek ikun ineżistenti. Inti tixtieq li jattiraw daww godda u jzommu l-regulars ġejjin lura. Klijenti tiegħek imħabba l-sentiment li huma l-uniċi fid-dinja tiegħek, li huma speċjali. Bl-użu ta' 'għestjoni ta' kontenut strategiku, inti tista' tibni pjuttost udjenza.

Dawn huma erba' passi kif tista' toħloq l-udjenza tiegħek:

1. Għid l-istorja tal-marka tiegħek

Xejn ma jtkellem mal-klijenti tiegħek bħal storja tajba dwar kif bdejt in-negozju tiegħek, l-idea warajha jew x'inhuma l-valuri tiegħek. Jagħmluha personali. Aktar ma tkun awtentika l-aħjar. Agħmel il-klijenti tiegħek għandhom x'jaqsmu miegħek. In-nies għandhom tendenza li jippreferu negozji żgħar minħabba li jhossu bħal dawn huma aktar sħan minn kumpaniji akbar u huma lesti li jhallsu għal dik l-istorja żejda.

2. Agħzel tiegħek "armi"

Issa li qallek l-istorja tiegħek, għandek tinvolvi lill-klijenti tiegħek. Peress li inti żgħar inti probabilmment ma tistax taffordja li jużaw ħafna ta' strategiji. Idealment, għandek tagħzel kanal tal-midja soċjali u email marketing. B'dan il-mod huwa manigġabbli u sostenibbli.

Bil-midja soċjali għandek tkun taf fejn folla tiegħek hangs, sabiex jtkellmu. Pereżempju, jekk inti fotografu, il-klijenti tiegħek probabilmment se jkollhom kontijiet fuq pjattaformi aktar viżwali, bħal Pinterest jew Instagram. Kull media soċjali għandha l-karatteristiċi tagħha stess, sabiex kun żgur li inti familjari magħhom qabel toqrob lill-klijenti tiegħek.



3. Kontenut sinifikanti

Peskier xejn minn spamming udjenza tiegħek ma 'informazzjoni mhux mitluba, irrilevanti. Għandek tagħmel riċerka bir-reqqa dwar x'hemm rilevanti għalihom, u dak li jeħtiegu (ftakar il-parti dwar l-analiżi tas-Suq?). Hemm ħafna għodod biex jgħinuk toħloq kontenut spot-on: Uża Google (biex tagħmel ir-riċerka tiegħek), Grammatikament (biex tiċċekkja għal grammatika u żbalji), u Canva jew Visme (biex toħloq kontenut attraenti viżwalment).



1. Jilħqu l-udjenza tiegħek

Ladarba inti ħadthom mibnija udjenza tiegħek wasal iż-żmien biex jilħquhom. Peress li kull jum aħna megħlub minn tunnelli ta 'kontenut, inti għandek tagħmel tiegħek jispikkaw. Hemm koppja ta 'strategiji biex tagħmel dan:

- Kulħadd iħobb kampjuni b'xejn: Billi toħloq kompetizzjoni online fejn il-premjew ewlieni jista' jkun kampjun tal-prodott tiegħek tista' tingħata ħafna attenzjoni. Tista' wkoll toffri kampjuni b'xejn bi skambju għal rakkomandazzjoni tan-negozju tiegħek lill-oħrajn. Influwenzaturi tagħmel dan il-ħin kollu biex jipromwovu n-negozju tagħhom, hekk għaliex ma inti?

- Bħal, sehem, kumment, post. Oħloq sens ta' interazzjoni mal-udjenza tiegħek billi tinteragixxi magħhom.

- Kalamiti taċ-ċomb: tista' toffri klassi, workshop, jew seminar fejn in-nies jistgħu jippruvaw għalihom infushom dak li huwa simili li brew birra, ħallat up krema jew iffurmaw sikkina? Xejn ma joħloq udjenza aktar b'saħħitha minn interazzjoni wiċċ imb'wiċċ mal-marka favorita tagħhom (biex ma jkunx hemm).



Baži tad-data tal-klijenti

Database tal-klijenti hija database sħiħa ta 'informazzjoni dwar il-klijenti tiegħek. Spiss ikun fiha informazzjoni bħall-isem, l-indirizz, l-indirizz tal-email jew ix-xiri fil-passat.

**Għaliex huwa importanti li tinżamm database tal-klijenti?
Minħabba li l-informazzjoni tista' tiġbor minnha tista' tiżvela opportunità
potenzjali ta' negozju.**

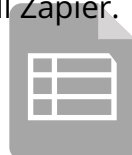
Pereżempju, jekk inti tista 'ttraċċa x-xiri ta' klijent, tista 'tara kif l—
il-ħtieġa għall-prodott qed tinbidel.

**Huwa dejjem jixtru l-istess prodott?
Għaliex ma baqax jixtriha?
Wasal iż-żmien li toħloq waħda ġdida jew**



Forsi inti tista 'toffri lilu prodott komplementari.

Tista 'wkoll issegwi l-informazzjoni tal-klijenti leali tiegħek u toħloq offerta speċjali mmirata biss għalihom, li jirriżulta fit-trawwim ta' relazzjoni reċiproka. Id-databases tal-klijenti joħolqu ħafna opportunitajiet għan-negozju tiegħek. M'għandekx għalfejn iżzomm mal-Excel qadim tajjeb (iżda tista', naturalment), biex tgħinek toħloq u timmanigġja l-baži tad-data tal-klijent tiegħek. Tista 'tuża Monday.com, Totango jew mudell sempliċi mill Zapier.



TITJIB TAL-ĦILJET

MINĦABBA LI MHUWIEK GĦAŻLA, HUWA'S GĦANDU



Biex jiġu ssodisfati d-domandi tas-suq, huwa essenzjali li jkun hemm sett ta' ħiliet aġġornati. It-titjib tal-ħiliet jista' jittqies bħala parti mit-tagħlim tul il-ħajja li jiżgura li ..dejjem ikollok dak li jeħtieġ biex tissodisfa l-ħtiġijiet tal-klijent tiegħek

It-titjib tal-ħiliet ifisser li tiegħu sehem f'aktar opportunitajiet ta' tagħlim u taħriġ biex taggorna jew ittejjeb l-għarfien, il-ħiliet tiegħek u biex tmexxi l-karriera tiegħek'il quddiem. Qed tikseb livell ogħla ta' kompetenza fil-qasam tan-negozju tiegħek.

Għaliex għandek ittejjeb il-ħiliet:

Why?

Dawn huma xi raġunijiet għaliex għandek tikkunsidra t-titjib tal-ħiliet:

1. Jekk inti qed taħdem fil-qasam partikolari twil biżżejjed, jista' jkiseb ftit boring eventwalment. It-tagħlim ta' ħiliet godda jista' jgħibek fl-oqsma li għadek ma ltaqajtx magħhom, u b'hekk il-fjamma l-qadima terġa' lura għall-ħajja.
2. It-titjib tal-ħiliet tiegħek permezz tat-tagħlim se jagħti spinta lill-effettività tiegħek, iżid l-għarfien u l-għarfien espert tiegħek. Inti huma aktar probabbli li jtejbu s-sigurtà tax-xogħol tiegħek jekk inti outperform lilek innifsek kull sena.
3. Teknoloġija ġdida hija maħluqa kuljum, irrISPettivament mill-qasam. Bħala riżultat, hija ggħib ħafna niċeċ godda u opportunitajiet għalikom biex jieħdu l-vantaġġ. Barra minn hekk, it-teknoloġija emergenti ħolqot lakuni fil-ħiliet li jeħtieġ li jimtlew.

When?

4. It-tagħlim kontinwu jgħib bidla pożittiva fl-iżvilupp personali tiegħek ukoll. Huwa jagħmlek aktar dixxiplinati, infurmati, u konxji tat-tendenzi attwali. Jekk tista' taħdem fuqek innifsek u tagħti spinta lill-ħiliet tiegħek, tista' tieħu postijiet mimlija bi profitt potenzjali u oghla.

Meta għandek ittejjeb il-ħiliet

Is-suq tal-lum huwa brutali. Huwa għalhekk li għandek bżonn vantaġġ. Jekk inti toqgħod stagnat, inti tista' faċilment jaqgħu lura u jtilfu l-opportunitajiet godda ta' negozju. Għall-kuntrarju, billi ttejjeb il-ħiliet tiegħek twessa' l-orizzonti tiegħek. Allura, it-twegiba għall-mistoqsija dwar meta biex itejbu l-ħiliet hija, ukoll, issa.

How?

Kif għandek ittejjeb il-ħiliet

L-era tal-lum hija ġeneruża ħafna f'dak li għandu x'jaqsam mat-titjib tal-ħiliet. Il-COVID-19 ħasbitna li nistgħu niddependu fuq l-Internet meta nkunu qed nitgħallmu affarijiet godda u ma nkunux

M'għandhomx għalfejn jagħmlu dan personalment. Hemm ħafna modi kif tista' ttejjeb il-ħiliet tiegħek biex issib opportunitajiet godda li qed tfittex:

1. **Avvenimenti tal-industrija:** Workshops, pubblikazzjonijiet, webinars online, lekċers, konferenzi — dawn huma kollha sors kbir. Inti tista' 'tiltaqa' (F2F jew online) ma 'nies mill-industrija tiegħek u biss terda l-informazzjoni.
2. **Il-mentoring huwa mod meraviljuż ta' titjib.** Sib persuna fl-inħawi tiegħek inti tfittex sa u ara jekk humiex joffru mentorship. Jekk ma jagħmlux dan, ipprova staqsihom. Forsi inti ser tkun sorpriż.
3. **Korsijiet:** Din hija għażla tajba jekk il-ħin tiegħek huwa limitat. Jekk qed tmexxi negozju, iżda m'għandekx wisq ħin f'idejk u tippreferi titgħallem fil-ħin u l-pass tiegħek, tista' tirreġistra ruħek għal kors. Huwa wkoll għażla tajba ħafna anke jekk inti qed jikkunsidraw tluq impriża tiegħek stess, imma m'intix pjuttost ċert fejn tibda. Madankollu, inti għandek tagħżel kors li tikkompleta ħiliet diġà eżistenti tiegħek. Hemm ħafna pjattaformi li tista' tagħżel minnhom. Dawn huma normalment disponibbli għal miżata żgħira, bħal Coursera, li juża mentors minn universitajiet prestigjużi madwar id-dinja, Skillshare joffru eluf klassijiet kreattivi jew U_pskillCrafts ma 'korsijiet snajja virtwali awto-ritmu.

Għal sidien busy start-up a MOOC (Massive Open Online Kors) hija għażla ideali. Inti tista' adsa fis qasam speċifiku mingħajr il-ħtieġa biex jitlesta l-kors kollu.

REFERENZI

Bacigalupo M, Kampylis P, Punie Y and Van Den Brande L. EntreComp: The Entrepreneurship Competence Framework. EUR 27939 EN. Luxembourg (Luxembourg): Publications Office of the European Union; 2016. JRC101581

Barsoux, L., Wade, M., Bouquet, C. (July- August, 2022). Harvard Business Review. Identifying Unmet Needs in a Digital Age. Retrieved October 15, 2022, from <https://hbr.org/2022/07/identifying-unmet-needs-in-a-digital-age>

Business Queensland. (December 20, 2021). Conducting a SWOT analysis. Retrieved October 17, 2022, from <https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/market-customer-research/swot-analysis/conducting>

Cyprussino. (2021). Key types of innovation. Retrieved October 18, 2022, from <https://cyprusinno.com/lesson/the-key-types-of-innovation/>

Dwyer, J. Digintent. Retrieved October 18, 2022, from <https://digintent.com/what-is-innovation/>

Elias, B. (January 15, 2021). ActiveCampaign. How to Do Market Research for Small Business: 8 Affordable Market Research Techniques. Retrieved October 17, 2022, from <https://www.activecampaign.com/blog/how-to-do-market-research-for-small-business>

Entrepreneur Europe. (2022). Business Opportunity. Retrieved October 15, 2022, from <https://www.entrepreneur.com/encyclopedia/business-opportunity>

Han, E. (January 18, 2022). Harvard Business School. What is design thinking & why is it important? Retrieved October 15, 2022, from <https://online.hbs.edu/blog/post/what-is-design-thinking>

Kenton, W. (August 10, 2022). Investopedia. SWOT Analysis: How To With Table and Example. Retrieved October 17, 2022, from <https://www.investopedia.com/terms/s/swot.asp>

Klimczak, I. (October 29, 2022). GetResponse. What Audience Development Is (And 4 Steps to Build Your Clique). Retrieved October 22, 2022, from <https://www.getresponse.com/blog/what-is-audience-development>

Live Insurance News. (May 27, 2021). How Can Small Businesses Benefit From Disruptive Innovation. Retrieved October 18, 2022, from <https://www.liveinsurancenews.com/benefit-from-disruptive-innovation/8551791/>

McKinsey and Company. (August 23, 2021). Piecing together the talent puzzle: When to redeploy, upskill, or reskill. Retrieved October 23, 2022, from <https://www.mckinsey.com/capabilities/people-and-organizational-performance/our-insights/the-organization-blog/piecing-together-the-talent-puzzle-when-to-redeploy-upskill-or-reskill>

Murallie, T. (January 8, 2021). Bootcamp. What is Design Thinking? How to Innovate like Apple and Google? Retrieved October 15, 2022, from <https://bootcamp.uxdesign.cc/beginners-guide-to-design-thinking-afcf18dce039>

Ottinger, R. (April 2, 2021). Freshconsulting. Create Sustainable Success with the 4 Types of Innovation. Retrieved October 18, 2022, from <https://www.freshconsulting.com/insights/blog/the-4-types-of-innovation/>

Pahwa, A. (February 8, 2022). Feedough. What Is Business Opportunity? – Importance, Types, & Identification. Retrieved October 15, 2022, from <https://www.feedough.com/business-opportunity-definition-types-identify/>

Practical Outcomes. (2022). Knowing when it's time to upskill. Retrieved October 23, 2022, from <https://practicaloutcomes.edu.au/when-its-time-to-upskill/>

Schofield, T. (November 27, 2021). Study.com. What is a Customer Database? - Definition & Benefits. Retrieved October 22, 2022, from <https://study.com/academy/lesson/what-is-a-customer-database-definition-benefits.html>

Skillsyouneed. (2021). 6 Reasons Why Upskilling Can Transform Your Professional Life for the Better. Retrieved October 23, 2022, from <https://www.skillsyouneed.com/rhubarb/upskilling-professional-life.html>

Soehari, Tjiptogoro & Budiningsih, Iffah & Sari, Alvita. (2019). Strengthening of Micro Business Innovation. GATR Journal of Business and Economics Review. 4. 131-138. 10.35609/jber.2019.4. Retrieved October 18, 2022, from https://www.researchgate.net/publication/336332397_Strengthening_of_Micro_Business_Innovation

Stevens, E. (September 15, 2021). CareerFoundry. The Key Principles and Steps of the Design Thinking Process. Retrieved October 15, 2022, from <https://careerfoundry.com/en/blog/ux-design/design-thinking-process/#2-define>

The Formations Company. (2022). Tech know-how: why you should upskill as a business owner. Retrieved October 23, 2022, from <https://www.theformationscompany.com/knowledge-base/tech-know-how-why-you-should-upskill-as-a-business-owner>

I-ippjanar u I-izvilupp tan-negozju

INTRODUZZJONI



Bħala artigjan u kreattivi, jekk inti tixtieq li tagħmel għajxien, jew għall-inqas regolari, dñul ġenb affidabbli mill-artigjanat tiegħek, inti għandek bżonn tiegħu artisanship tiegħek lil hinn tkun biss passatemp. Għandek bżonn biex tistruttura l-attivitajiet tas-sengħa tiegħek bħala negozju bi ħsieb tajjeb, mudell ippjanat u kontinwu ta 'interazzjoni. Tali interazzjoni hija relatata ma' klijenti potenzjali, diversi fornituri u kollaboraturi, u partijiet ikkonċernati ewlenin oħra, bħal pereżempju, l-awtoritajiet tal-liċenzjar u tat-taxxa, il-fornituri tal-finanzi, eċċ.

Sabiex tiċċara l-offerta u l-mudell tan-negozju tiegħek, dan tal-aħħar huwa l-mod speċifiku li bih inti tistruttura u twettaq l-operazzjonijiet tas-sengħa tiegħek, huwa importanti ħafna li tiktebha b'mod formali. Għalhekk, li inti toħloq pjan tan-negozju tiegħek.



Issa tista' tistaqsi dwar il-ħtieġa għal dan, minħabba kemm hu volatili u malajr li qed jinbidel l-ambjent attwali tas-suq. It-twegiba għal tħassib bħal dan hija li filwaqt li l-pjan tan-negozju tiegħek jista' tabilhaqq ikun jeħtieġ reviżjoni f'it wara li jiġi ffinalizzat, mingħajr wieħed inti tkun qed twettaq in-negozju tal-artigjanat tiegħek mingħajr ebda punt ta' referenza, bħal tmur f'forestta mingħajr kumpass. Barra minn hekk, waqt li tkun qed tfejjiha, se tikseb ideat godda hekk kif tinkiseb informazzjoni u għarfien godda. It-tielet nett, minbarra li tipprovdi lilek innifsek bi pjan direzzjonali ċar għat-twettiq tan-negozju tiegħek, pjan bħal dan huwa wkoll utli u meħtieġ għall-kondiviżjoni u l-prezentazzjoni tal-viżjoni, l-għanijiet, l-approċċ u r-riżultati mistennija tan-negozju tiegħek, lil oħrajn li jista' jkollok bżonn appoġġ minnhom. Pereżempju, l-impjegati, il-kollaboraturi, u l-fornituri tal-finanzi.

Filwaqt li hemm ħafna formati u mudelli għall-formulazzjoni ta' pjanijiet ta' negozju (qed nipprovdlek ukoll wieħed — il-Business Planning Canvas[1]) dawn kollha jdurru madwar l-istess rekwiżiti ewlenin tan-negozju. Jigifieri: il-kjarifika tal-għanijiet speċifiċi u l-offerta (prodotti/servizzi) tan-negozju, il-klijenti fil-mira u l-problemi tagħhom (ħtigijiet, xewqat, biżgħat) li tali offerta tindirizza aħjar minn alternattivi li jikkompetu, l-attivitajiet ewlenin, ir-riżorsi u l-imsieħba meħtieġa biex fil-fatt iwasslu soluzzjoni aħjar għall-problema tal-klijent, kemm dawn l-ispejjeż kollha, u d-dħul u r-riżultati finanzjarji ġenerali mistennija matul 1-3 snin. Il-pjan tan-negozju tiegħek fl-aħħar mill-aħħar jiddeskrivi l-mod li bih il-valur (il-benefiċċji) jista' jinħoloq permezz tas-sengħa personali tiegħek u l-mod kif tikkollabora ma' oħrajn. <<<



Kif jgħid il-proverbju Ċiniż, “vjagġ ta' elf mil jibda b'pass wieħed”. Mela ejja nipproċedu lejn il-pjan tan-negozju tiegħek billi mmorru pass pass permezz ta' proċess ta' analiżi u riflessjoni dwar id-diversi elementi ewlenin tiegħu. Aħna niggwidawk permezz tagħha, inkluż billi tistaqsi mistoqsijiet. Huwa importanti ħafna li wieħed iżomm f'moħħu li l-ippjanar tan-negozju huwa proċess iterattiv li jeħtieġ li inti ponder u tikkunsidra aspetti varji, spiss għal kull wieħed mill-elementi ewlenin ta' 'negozju, qabel ma tkun tista' tikkonverġi fuq approċċ speċifiku biex jittrattaw kull wieħed minnhom u n-negozju b'mod ġenerali. Imbagħad tista' tikteb it-twegibiet tiegħek u tanalizza s-sejbiet u l-approċċi ppjanati għall-implimentazzjoni tas-sengħa jew il-mikronegozju kreattiv tiegħek fil-mudell tal-Canvas tal-Ippjanar tan-Negozju inkluż fl-aħħar ta' dan il-Modulu. Dan, kif ukoll mudelli oħra meħtieġa għall-ippjanar tan-negozju u l-analiżi relatata huma inklużi wkoll fil-Modulu 9, li jipprovdu sett ta' għodod għalik biex tapplika għall-ippjanar tan-negozju tal-artigjanat tiegħek stess.

NEGOZJU

VIŻJONI, GĦANIJIET U OFFERTA



Ejja nibdew bil-viżjoni tiegħek għan-negozju tas-snajja tiegħek.

X'tixtieq fl-aħħar mill-aħħar tikseb fit-tul?

Il-viżjoni tan-negozju tiegħek hija xprunata ħafna mill-valuri u l-kompetenzi ewlenin tiegħek bħala intraprenditur individwali. Huwa mbagħad imwassa mill-miri strateġiċi fit-tul li inti ssegwi fil-ħajja, kemm għalik innifsek u għal dawk ta 'madwarek.

X'għandek tiegħu ħsieb l-aktar dwar?

Liema huma inti l-aħjar fi?

X'qed tistinka l-aktar għall-valur ekonomiku, soċjali, ambjentali jew kulturali (benefiċċji)?

Huwa importanti ħafna li wieħed jikkunsidra l-importanza li kull wieħed minn dawn l-aspetti għandu għalik, minħabba li spiss jista' jkun hemm bżonn li jsir kompromess bejniethom. Pereżempju, jekk tistinka l-aktar biex tiġġenera valur soċjali, ambjentali jew kulturali għall-oħrajn, jista' jkollok bżonn, jew tkun lest li ssegwi benefiċċju (profitt) inqas ekonomiku għalik innifsek.





Imbagħad, x'inhi eżattament l-offerta tan-negozju tiegħek?

Dan huwa l-prodott, pakkett jew firxa ta' 'prodotti u servizzi li inti tipprovdi, speċjalment kif deskritt f'termini ta' karatteristiċi, funzjonalitajiet, benefiċċji u l-esperjenza ġenerali li joffru lill-klijenti. Karatteristiċi u funzjonijiet huma l-karatteristiċi fattwali ta' 'kif prodott jew servizz jaħdem, l-attributi funzjonali tiegħu u r-raġunijiet għall-klijenti biex jemmnu fl-effettività tiegħu. Madankollu, il-klijenti huma fl-aħħar mill-aħħar l-aktar interessati fil-benefiċċji u l-esperjenza tal-prodott tiegħek (u kwalunkwe servizz konness) jagħtihom.

Il-benefiċċji ta' prodott/servizz joħolqu valur għall-klijent — dak li jagħmel il-ħajja tal-klijenti tiegħek aħjar, jindirizza u jipprovdi soluzzjoni għall-ħtigijiet, ix-xewqat u l-bizgħat tagħhom. Min-naħa l-oħra, l-esperjenza hija l-mod li jippossjedu l-prodott tiegħek (u jirċievu s-servizz tiegħek) jagħmel il-klijenti jhossu. L-identifikazzjoni tal-benefiċċji u l-esperjenza li toffri għalhekk teħtieġ l-ewwel għarfien dettaljat u fehim tal-klijenti fil-mira tiegħek, u s-swieq li huma attivi fihom.



NEGOZJU

ANALIŻI TAL-KUNTEST, TAS-SUQ U TAL-INDUSTRIJA

Il-kuntest ġenerali tan-negozju li qed topera fih huwa influwenti ħafna fuq il-prospetti kummerċjali tiegħek. Kemm direttament, f'termini ta' 'sewwieqa possibbli jew ostakli għalik bidu jew tkabbir tan-negozju tas-sinjura tiegħek, u indirettament permezz tal-impatt fuq il-klijenti fil-mira tiegħek, il-kompetituri u l-kollaboraturi. Dawn il-muturi u l-ostakli huma l-aktar rakkomandati li jiġu analizzati u mqassra minn 6 perspettivi ewlenin, dawk li huma Poliċi, Ekonomiċi, Soċjali, Teknoloġiċi, Ambjentali u Legali. Dan huwa tipikament magħruf bħala Ysis analiPESTEL.



Biex tifhem sew is-sitwazzjoni ġenerali tas-suq u x-xejriet attwali li għandhom impatt fuqha, inkluż mill-perspettivi tal-PEESTEL, ikollok bżonn twettaq riċerka deskto pta' diversi studji, rapporti u artikli ekonomiċi, sabiex tiċċara:

- X'inhum s-settur ekonomiku li qed topera fih;
- Jekk huwa qasam ta' prijorità għal pajjiżek u fil-livell tal-UE;
- X'inhuma s-segmenti tal-klijenti fil-mira tiegħek (pereżempju l-individwi kontra l-organizzazzjonijiet) u s-swieq (lokali, nazzjonali, reġjonali, madwar l-UE kollha, eċċ.); kemm huma kbar (pereżempju f'termini ta' numru ta' klijenti, volumi ta' bejgħ), jekk ikunu qed jikbru, statiċi jew jonqsu, b'liema rata;
- Kwalunkwe xejra u għarfien rilevanti oħra dwar is-settur u s-swieq fil-mira.

Wara dan ta' hawn fuq, jeħtieġ li ssir analiżi aktar dettaljata tas-suq bl-għan li jinkiseb għarfien fil-fond tal-klijenti fil-mira billi jkun hemm involviment dirett magħhom. Bl-użu ta' approċċi diretti ta' riċerka tas-suq, pereżempju kwestjonarji (faċilment immexxija permezz ta' għodod online bħal Google Forms jew Survey Monkey), gruppi fokus żgħar jew intervisti ma' klijenti potenzjali, għandek tikseb ċarezza dwar:

Min huma t-tipi differenti u ewlenin ta' 'klijenti li għandek fil-mira?

Min huma eżattament dawn il-klijenti? Huma individwi jew organizzazzjonijiet? Huma n-nies tal-lokal jew it-turisti? Huma l-utenti finali tal-prodott/servizz tiegħek, jew biss ix-xerrejja jew il-pagaturi?



Pereżempju, il-gugarelli tipikament jinxtraw mill-adulti (ġenituri u membri oħra tal-familja), iżda jintużaw mit-tfal. Barra minn hekk, l-artiġjanat u l-arti jistgħu jinxtraw minn organizzazzjonijiet bħala rigali korporattivi għall-persunal tagħhom, għall-klijenti ewlenin jew għall-imsieħba tagħhom (li mbagħad ikunu l-utenti finali ta' dawn l-oġġetti).

•X'inhuma l-attributi psiko-soċjoekonomiċi ewlenin tagħhom? Pereżempju, is-sess, l-età, il-livelli ta' dħul u edukazzjoni, il-post ġeografiku/prossimità, l-attitudni tar-riskju, l-allinjament tal-valuri, eċċ.

•X'inhuma l-problemi speċifiċi tagħhom — il-ħtiġijiet mhux issodisfati, ix-xewqat jew il-biżgħat, li l-prodott/is-servizz tiegħek jista' jindirizza?

•Kif qed jindirizzaw dawn il-problemi bħalissa? Pereżempju, permezz ta' liema prodotti alternattivi speċifiċi jew sostituti oħra? Is-sostituti mhumiex l-alternattivi ovvji — il-prodotti li jikkompetu direttament, iżda aktar bħall-imġiba tal-klijenti biex ilaħħqu ma' problemi bħal dawn.

Ibbażat fuq l-informazzjoni ta' hawn fuq, aktar fehim u prijoritizzazzjoni ta' segmenti tal-klijent fil-mira jista' jsir, sabiex jiġi stabbilit min jista' jkun l-ewwel u kmieni tadotta segmenti tal-klijenti għall-prodott tiegħek. Tipikament, dawn għandhom ikunu dawk it-tipi ta' klijenti li għandhom l-aktar bżonn jew jixtiequ l-prodott tiegħek, kapaċità ogħla li tħallas, inqas stmerrija għar-riskju, jew huma l-aktar aċċessibbli (fiżikament, online jew minn perspettiva ta' allinjament tal-valuri, li jfisser li jaħsbu u jgħibu ruħhom bħalek, pereżempju li jkunu eko-konxju, eċċ.).



Il-letteratura kummerċjali tindika wkoll li tipikament l-ewwel xerrejja ta' prodott ġdid huma d-dilettanti (pereżempju min iħobb il-kbar u xerrejja regolari ta' prodotti artigjanali, jew tat-teknoloġija, jew ekoloġiċi, jew kategorija speċifika oħra ta' prodotti) u dawn jirrappreżentaw biss madwar 2.5 % tad-daqs totali tas-suq. Dawk li jadottaw kmieni huma mbagħad dawk il-klijenti viżjonarji (madwar 13.5 % tas-suq) li huma lesti li jadottaw prodott ġdid minħabba l-kapaċità tagħhom li jaraw u jistennew il-benefiċċji fit-tul tiegħu. Huwa biss fil-pass li jmiss li jista' jsir progress lejn l-adozzjoni tal-prodotti mill-maġġoranza. Madankollu, dan jeħtieġ pass sinifikanti, tipikament biżżejjed evidenza ta' valur għall-flus meta jitqabblu l-ispejjeż u l-benefiċċji ta' prodott ġdid, biex jikkonvinċu lill-klijenti pragmatici (34 % tas-suq). Klijenti konservattivi u xettiċi (il-bqija) dejjem ikunu l-aħħar li jadottaw prodott ġdid.

Sabiex tiżviluppa negozju robust, huwa importanti li jkun ċar min eżattament jista' jkun l-ewwel u l-adozzjonijiet bikrija tiegħek, kif tista' tilhaq u tattirahom, iżda mbagħad ukoll kif tmur aktar jattiraw il-maġġoranza tal-klijenti fis-suq fil-mira tiegħek. Dan huwa minħabba li mhux il-klijenti kollha fil-mira tiegħek għandhom l-istess karatteristiċi psikosoċjali, il-ħtieġa, il-kapaċità u r-rieda li jadottaw prodotti ġodda. Mhux se jkun ukoll l-istess mod biex jiġu indirizzati l-problemi tagħhom, għalhekk se jkollok bżonn tibda timmira klijenti bl-aktar mod effiċjenti, bidu ma 'dawk l-aktar probabbli li jattiraw malajr.



Barra minn hekk, għandha ssir ukoll analiżi dettaljata tal-industrija sabiex tinkiseb stampa ċara tal-annimali domestiċiu tal-prodotti/servizzi li jikkompetu magħhom. Dawn mhumieq tiegħek prodotti/servizzi, iżda ukoll sostituti użati mill-klijenti fil-mira.

Meta tikkunsidra l-prodotti alternattivi jew ta' sostituzzjoni li tixtieq li l-prodotti tiegħek jissostitwixxu, huwa l-aktar importanti li tivvaluta l-benefiċċji u l-esperjenza li joffru lill-klijenti fil-mira, il-prezz tagħhom, kif jinbiegħu, jitħallsu u jitwasslu lill-klijent.

Barra minn hekk, huwa wkoll kruċjali li inti tidentifika li eżattament huma dawk li jipprovdu alternattivi bħal dawn u sostituti għall-prodotti tiegħek, kif ukoll tivvaluta kemm huma b'saħħithom. Pereżempju:

Hemm ħafna kompetituri fis-suq fil-mira tiegħek?

Kienu ilhom stabbiliti u l-bejgħ fis-suq fil-mira tiegħek?

Għandhom sehem kbir tas-suq?

Il-klijenti huma leali lejhom?

Importanti wkoll li tivvaluta jekk tali fornituri ta' prodotti alternattivi għandhomx l-istess rwol jew rwol differenti minn tiegħek fil-katina tal-valur. Tifsira, huma manifatturi attwali jew biss distributuri? Jew x'rwol ieħor għandhom fil-katina tal-valur — tul is-sekwenza tal-fażijiet mid-disinn, sal-provvista tal-materjali, il-manifattura, il-bejgħ u l-konsenja ta' prodott lill-klijenti. Dan huwa importanti biex tkun ċara, bħallikieku għandhom l-istess rwol bħalek

huma jkunu tabilhaqq kompetituri diretti, iżda jekk ir-rwol tagħhom ikun differenti, dawn jistgħu jsiru kollaboraturi tiegħek. Tista' pereżempju tgħin lid-distributuri jespandu

firxa tal-prodott, u dawn jistgħu jgħinuk billi jbiegħu l-prodotti tiegħek. Dan jista' jippermettilek li tiffoka fuq l-inġenju tiegħek, tagħmel il-prodotti tiegħek, u tikkuntratta l-bejgħ kompletament lil xi ħadd ieħor. Inkella, dan jagħtik mezz ta' 'bejgħ addizzjonali, speċjalment rilevanti lejn klijenti fil-mira li inti ma setgħux faċilment jilħqu mill lilek innifsek.

Meta twettaq l-analizi tal-industrija tiegħek, huwa wkoll importanti li tifhem u tidentifika min huma l-atturi ewlenin l-oħra fil-katina tal-valur, li huma dawk li jikkontribwixxu għall-ħolqien u t-twettiq lill-klijenti finali l-valur inkorporat fil-prodotti tiegħek. Pereżempju, il-fornituri tal-materjali ewlenin u l-oġġetti konsumabbli li jkollok bżonn timmanifattura l-prodott tiegħek, jew ta' servizzi konnessi mal-promozzjoni, il-bejgħ u t-twassil tal-prodott tiegħek lill-klijenti fil-mira tiegħek. Għandek bżonn tistabilixxi min huma, kemm u kemm huma b'saħħithom, liema minnhom huma l-aktar aċċessibbli u tista' tikkollabora magħhom. Pereżempju, kuntatti komuni, l-istess postijiet ġeografici jew kumplimentarji, valuri simili, eċċ.



OPERAZZJONIJET TA' PRODOTTI U SERVIZZI ANALIŻI

Minbarra li tħares'il barra, huwa daqstant importanti li tħares b'attenzjoni 'l ġewwa, lejn l-operazzjonijiet tan-negozju tiegħek stess.



I-ewwel mistoqsija li tistaqsi lilek innifsek hawn:
X'inhuma l-attivitajiet ewlenin li se jkollok bżonn
timplimenta biex fl-aħħar mill-aħħar toffri l-prodotti
u/jew is-servizzi tiegħek
il-klijenti fil-mira?

Aħseb dwar:

id-diversi passi tal-perazzjonijiet tas-sengħatiegħek u l-modi li bihom jista' jkollok il-prodotti tiegħek iddisinjati, żviluppati u manifatturati (pereżempju, internament, esternalizzati, b'mod kongunt ma' oħrajn); it-tip ta' klijentrelationshi ps ikollok bżonn li jkollhom joffru b'mod xieraq il-benefiċċji u l-esperjenza inkorporati fil-prodott tiegħek.

Huwa possibbli li dan jinkiseb permezz ta' relazzjonijiet ta' darba u awtomatiċi mal-klijenti fil-mira tiegħek?

Jew tkun preferibbli relazzjoni aktar personali u ripetuta mal-klijenti?

X'għandek tagħmel biex tiżgura li tattirahom biex jixtru l-prodotti tiegħek, u tagħmilhom klijenti ripetuti?



· il- kanali li tista 'tuża, u x'għandek bżonn tagħmel biex tippromwovi, tbiegħ u twassal il-prodotti tiegħek, kif ukoll biex tikkomunika u tinteragixxi mal - qatran u l-klijenti tul il-vjaġġ kollu, milli ssib dwar l-offerti tiegħek sal-esperjenza ta 'wara l-bejgħ

Kif se tagħmel il-klijenti fil-mira tiegħek konxji tal-prodotti tiegħek, tippermettilhom jevalwaw, jixtru u jirċevuhom, kif ukoll kif wara jimpenjaw ruħhom miegħek għal kwalunkwe informazzjoni jew suggerimenti, għal tiswijiet jew manutenzjoni tal-prodotti mixtrija, biex isiru aktar xiri huma stess jew nirrakkomandaw inti lill-oħrajn?

Kif se tagħmel il-klijenti fil-mira tiegħek konxji tal-prodotti tiegħek, tippermettilhom jevalwaw, jixtru u jirċevuhom, kif ukoll kif wara jimpenjaw ruħhom miegħek għal kwalunkwe informazzjoni jew suggerimenti, għal tiswijiet jew manutenzjoni tal-prodotti mixtrija, biex isiru aktar xiri huma stess jew nirrakkomandaw inti lill-oħrajn?

Tali komunikazzjoni u interazzjoni mal-klijenti fil-mira tiegħek tkun fil-biċċa l-kbira diretta, indiretta, jew permezz ta' oħrajn?

Se jkun prinċipalment f'forom fiżiċi tradizzjonali (pereżempju, fil-workshop tiegħek, f'fieri u swieq artigjanali, bi flus kontanti pagamenti) jew saħansitra f'forom diġitali (pereżempju permezz ta' ħwienet u swieq online, pjattaformi tal-midja soċjali, soluzzjonijiet ta' pagament elettroniku)?



I-azzjonijiet li għandek tiegħu għall-istabbiliment u l-manutenzjoni tal-workshop tiegħek, faċilitajiet oħra, għodod, tagħmir, kif ukoll għall-amministrazzjoni tan-negozju generali (pereżempju, biex iżżomm il-kontijiet, tagħmel rappurtar finanzjarju statutorju, timmanigġja l-pagamenti dovuti u obbligi legali, eċċ.)

Imbagħad għandek tistaqsi lilek innifsek il-mistoqsija li ġejja:

X'inhuma r-rizorsi ewlenin li għandek bżonn biex twettaq l-attivitajiet ewlenin kollha identifikati?

Aħseb dwar:

·It-tip ta' assi li għandek bżonn. Pereżempju, x'tip u daqs ta' faċilitajiet; x'tip u għadd ta' għodod u tagħmir; X'tip ta' sit web u softwer;

·It-tip, l-għadd u l-ammont ta' xogħol tal- persunal li għandek bżonn. Pereżempju, artigjani oħra, nies oħra tal-kummerċjalizzazzjoni, tal-bejgħ jew tal-kunsinna, persunal tal-amministrazzjoni? Kemm sigħat fil-ġimgħa għandu jaħdem kull wieħed?

·Għal liema servizzi għandek bżonn aċċess? Pereżempju, x'tip ta' swieq fiżiċi u/jew online (fieru u swieq artigjanali, siti tal-kummerċ elettroniku), liema pjattaformi tal-midja soċjali, liema mezzi oħra ta' promozzjoni (fuljetti, billboards, rivisti, radju, TV)?

Il-mistoqsijiet konnessi li jmiss li jistaqsu lilek innifsek huma:

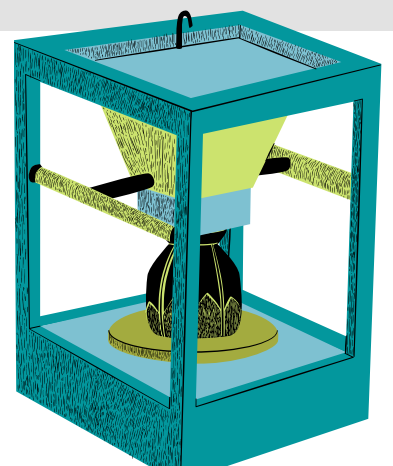
Għandek dawn ir-rizorsi?

Jekk le, minn fejn tista' tikseb minnhom? Ta' min wieħed jippossjedi l-assi meħtieġa jew jimpjega l-persunal?

Se tutilizzahom fil-kapaċità massima?

Jekk le, tista' taqsamhom ma' oħrajn jew taċċessahom fuq bażi ta' "kif meħtieġ" u "bħala servizz"?

Pereżempju, billi tikri (bil-ġurnata jew bis-siegħa) l-aċċess għal workshop tal-infiñ tal-ħġieġ, jew printer 3D, minflok tixtri u jkollok tiegħek stess; involviment freelancers marketing minflok persunal impjegat, u l-bqija.



Tista' tikkollabora ma' xi sħab ewlenin għall-aċċess u l-kondiviżjoni tar-riżorsi?

Jew biex jinfluwenzaw l-esperjenza, ir-reputazzjoni u l-influwenza tagħhom biex jinvolvu ruħhom aħjar mal-klijenti fil-mira?



Alleanzi ma' atturi ewlenin u aktar stabbiliti oħra fil-katina tal-valur jistgħu jgħinuk tnaqqas ir-riskju tan-negożju billi tiġġenera ekonomiji ta' skala u ambitu fil-manifattura u l-forniment tal-prodotti u s-servizzi tiegħek

Il-bini u l-involviment f'ekosistemi kollaborattivi jistgħu jippermettulek li tingrana ħiliet u kompetenzi komplementari, kif ukoll is-setgħa tan-netwerks, biex taqşam il-piż tal-bidu u t-tkabbir ta' negożju.

Pereżempju, iċċekkja kif Threadless[2] qed tifrex id-disinn u mbagħad il-manifattura tal-prodotti, jew kif Powered by People[3] toffri suq bl-ingrossa għall-produtturi ta' lottijiet żgħar.

Allura, min jista' jkun l-imsieħba ewlenin tiegħek? Aħseb dwar kompetituri indiretti (bħal distributuri jew bejjiegħa ta' snajja'), organizzazzjonijiet ta' appoġġ, assoċjazzjonijiet jew kooperattivi ta' artigjani fir-regjun tiegħek, eċċ. Bħal pereżempju l-membri tal-World Crafts Council Europe.

LEARN MORE



Trid tkun taf aktar? Aktar informazzjoni rilevanti għall-kummerċjalizzazzjoni, l-immarkar, il-bejgħ u n-netwerking hija wkoll disponibbli fil-Moduli 3, 5 u 7.

HOLOQIEN TA' VALUR

ANALIŻI

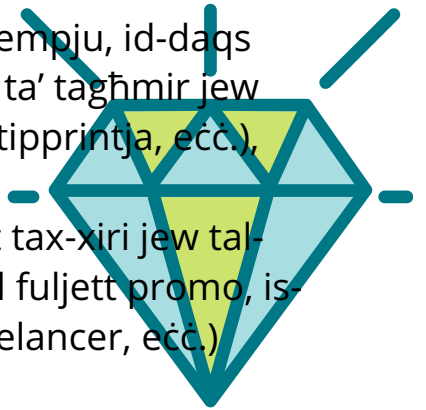
Ladarba inti tistabbilixxi liema huma l-attivitajiet ewlenin inti għandek biex jimplimentaw, ir-rizorsi ewlenin meħtieġa, u minn fejn u kif inti tista 'tikseb minnhom, inti tista' mbagħad tfassal l-istruttura tal-ispiza tan-negozju tas-snajja tiegħek. Il-ixprunaturi ewlenin tal-ispejjeż tul din l-istruttura se jkunu:

·L-ammont ta' kull tip ta' rizorsa li għandek bżonn (pereżempju, id-daqs tal-facilitajiet tal-workshops, l-għadd ta' għodod, oġġetti ta' tagħmir jew persunal, in-numru ta' fuljetti promozzjonali li għandek tipprintja, eċċ.),

·Il-kost unitarju ta' kull tip ta' rizorsa (pereżempju, il-kost tax-xiri jew tal-kiri għal kull m² ta' spazju tal-workshop, il-prezz għal kull fuljett promo, is-salarju ta' kull xahar ta' impjegat, il-ħlas fis-siegħa ta' freelancer, eċċ.)

Fil-bidu ta' negozju, u meta l-volum tal-bejgħ ikun aktar baxx jew ivarja, ikun tipikament aktar effiċjenti li tikri u taqsam l-assi minflok tixtri u tipossjedihom, li takkwista servizzi freelance minflok timpjega persunal. Dan huwa minħabba approċċi bħal dawn jippermettu li inti tevita l-ispejjeż għolja ta' 'investment fl-assi proprji u l-impjegati li ma jistgħux jiġu utilizzati fil-kapaċità sħiħa mill-bidu, u aktar flessibbiltà u veloċità biex jespandu u 'l isfel rekwiżiti tas-servizzi tiegħek f'konformità mad-domanda tal-klijent.

Madankollu, meta negozju jkun qed jopera b'kapaċità ta' produzzjoni sħiħa, tali approċċi ta' outsourcing, lokazzjoni u sharin g' tipikament jispiċċaw ikunu aktar għaljin meta mqabblamas-sjieda u l-impjegar. Dan huwa minħabba l-ekonomiji ta' skala u l-ambitu li tista' tingrana meta taħdem b'kapaċità sħiħa _____



Għalhekk, bħala sid ta' 'negozju tas-snajja ikollok bżonn li tkun konxju tal-ispejjeż ta' 'akkwist ta' rizzorsi ewlenin b'diversi modi, liema mill-attivitajiet ewlenin tiegħek u r-rizzorsi ewlenin iżommu l-akbar sehem tal-ispejjeż totali, u f'liema kapaċità tuża l-assi ewlenin tiegħek u l-persunal.

Abbażi ta' tali informazzjoni, għandek imbagħad twettaq u tqabbel l-ispejjeż f'diversi livelli ta' produzzjoni u modi ta'

akkwist ta' rizzorsi (ixtri, sehem), sabiex tipprova

timminimizza l-ispejjeż globali. Madankollu, kwalunkwe

sforz biex jiġu minimizzati l-ispejjeż għandu wkoll

ikkunsidra l-impatt tagħhom fuq il-kwalità tal-manifattura

il-prodott, il-promozzjoni, il-bejgħ u

attivitajiet ta' twassil, u jekk dan jista' jfixkel il-potenzjal li

wieħed jattira

u jzommu l-klijenti.

Min-naħa l-oħra, ladarba tistabbilixxi l-offerta tiegħek (il-firxa ta' prodotti/servizzi), is-segmenti differenti tal-klijenti fil-mira u l-kanali ewlenin tal-bejgħ, imbagħad tkun tista' tistruttura l-flussi tad-dħul tiegħek. Dawn jistgħu jiġu strutturati bl-aħjar mod skont it-tipi differenti ta' prodotti u/jew servizzi li toffri u l-kanali tal-bejgħ tiegħek (is-sessjoni ta' ħidma tiegħek, il-fieri artiġjanali, il-pjattaformi tal-kummerċ elettroniku). Jekk għandek prezzijiet differenti għal segmenti differenti tal-klijenti, possibbilment marbuta mal-kapaċità tal-akkwist jew il-post tagħhom, allura jista' jkollok ukoll flussi ta' dħul differenti minn tipi differenti ta' klijenti.

Il-muturi ewlenin tad-dħul tul dawn l-istrutturi se jkun il-volum tal-bejgħ u l-ipprezzar ta' 'offerti varji tiegħek. Filwaqt li inti għandek inqas kontroll fuq il-volum tal-bejgħ per se, għalkemm dan huwa wkoll dipendenti fuq il-kwalità tal-prodott tiegħek, promozzjoni, evalwazzjoni u attivitajiet ta' 'bejgħ, inti għandek kontroll totali fuq l-ipprezzar tal-prodotti tiegħek, li mbagħad aktar impatti l-volum tal-bejgħ.

Għalhekk, l-istrategija tal-ipprezzar tiegħek hija importanti ħafna għad-
dħul aħħari tiegħek, u

għandu jiġi stabbilit b'kunsiderazzjoni xierqa għal:

Il - pożizzjonament fis-suq tal-prodott tiegħek, pereżempju, bħala premium jew wieħed tal-baġit. Is-snaġja, speċjalment jekk ikunu biċċiet ta' edizzjoni uniċi jew limitati, jistgħu jiġu pprezzati f'livell ogħla, primjum ·Il-livell ta' għarfien tas-suq tal-inġenju tiegħek b'mod generali, u l-interess fil-prodotti l-oħra tiegħek. Pereżempju, jekk inti biss jidhlu fis-suq u inti xorta għandek bżonn tagħmel isem għall-inġenju tiegħek, jista' jkun opportun li jsegwu approċċ penetrazzjoni ipprezzar, li jibdeu f'livell aktar baxx, u mbagħad iżidu hekk kif id-domanda togħla għall-prodotti artigjanali tiegħek.

Il-punt tal-prezz l-aktar baxx tiegħek jeħtieġ li jkun mill-inqas ugwali għall-ispiza tal-unità tiegħek għal kull prodott, kif hawn taħt li inti mhux biss jirrinunzjaw għal kwalunkwe profitt imma fil-fatt jibdeu jagħmlu telf.



·Lil hinn minn dan il-livell sostenibbli finanzjarju l-aktar baxx, il-punt tal-prezz tiegħek għandu jiġi infurmat ukoll minn kemm il-klijenti fil-mira tiegħek bħalissa qed iħallsu għal prodotti alternattivi jew ta' sostituzzjoni, kif ukoll kemm huma lesti li jħallsu għall-valur addizzjonali li l-prodott tiegħek qed jipprovdi meta mqabbel ma' dawk.



Rilevanti ħafna wkoll għall-ippjanar tad- dħul futur tiegħek huwa l-fehim tiegħek ta': _____

- kif segmenti klijent fil-mira tiegħek huma tipikament tħallas (pereżempju, jekk bil-kards tal-bank, li jwassal għal tnaqqis fid-dħul mill-kummissjoni korrispondenti ipproċessar tal-ħlas bil-kard),
- iċ-ċikli tax-xiri tagħhom għal prodotti alternattivi (pereżempju, kull xahar, kull tliet xhur, kull sena),
- ir-rata ta' akkwist stmata tiegħek ta' klijenti godda.

Barra minn hekk, fehim ta 'kif mudelli ta' dħul differenti jistgħu jiġu applikati għan-negozju tas-snajja tiegħek huwa wkoll kruċjali. Pereżempju, tista' tipprovdi l-prodotti tal-artiġjanat tiegħek b'abbonament jew b'mudelli ta' kiri meta mqabbla ma' pagamenti uniċi ta' xiri ta' darba? Pereżempju, abbonamenti ta' kull ġimgħa jew ta' kull xahar għal prodotti tal-ikel speċjalizzati, jew kiri relatat ma' avvenimenti ta' gojjellerija unika u ta' valur għoli, oġġetti tal-moda jew dekorattivi. L-approċċ tal-aħħar huwa parti mill-mudelli ta' dħul ibbażati fuq l-użu li jistgħu jippermettu kemm prezzijiet aktar aċċessibbli għall-klijenti, kif ukoll użu aktar intensiv tat-tul tal-ħajja ta' prodott (aħjar għall-ambjent).



Ibbażat fuq dak kollu msemmi hawn fuq, inti issa tkun kapaċi li jiddistillaw proposition valur uniku tiegħek. Dan kollu huwa dwar dak li jagħtik vantaġġ qabel il-kompetizzjoni, dwar kif l-offerta tiegħek tindirizza l-problemi tal-klijent aħjar minn alternattivi jew sostituti diretti attwali. Pereżempju, f'termini ta' kwalità speċifika u elementi esperjenzjali, prezz aħjar jew kanali ta' bejgħ/pagament, effiċjenzi fl-ispejjeż u fil-ħin (minħabba kanali ta' konsenja aħjar jew mudelli ta' dħul), side perks, inkella. Aħjar biex tipprova toħroġ b'sentenza waħda u konvinċenti li tagħmel lil kulhadd jifhem għaliex inti ferm aħjar mill-kompetizzjoni. Li jista' jsir slogan tan-negozju tiegħek.



Jekk jogħġbok żomm f'moħħok li l-klijenti huma normalment iġarrbu xi spejjeż biex jaqilbu minn prodott għal ieħor (bħala minimu dak ta' 'evalwazzjoni ta' prodott differenti, jinbidlu l-post u l-mod huma jiksuh, riskju ta' 'dizappunt). Għalhekk, jekk il-karatteristiċi u l-benefiċċji tal-prodott tiegħek huma simili għal dawk tal-kompetituri, dan ipogġik fuq l-istess livell mal-kompetizzjoni. Din tal-aħħar digà għandha vantaġġ billi tkun fis-suq qabel ma tkun (pereżempju, għarfien addizzjonali tal-klijenti, kollaboraturi tal-industrija, esperjenza). Għalhekk, dak li verament importanti huma l-punti tiegħek ta' differenzjazzjoni. X'inhu li l-offerta ġenerali tiegħek tipprovdli li huwa ta' benefiċċju għall-klijenti fil-mira, li mhuwiex iprovdut mill-alternattivi? Barra minn hekk, huwa importanti li l-punt tiegħek ta' differenzjazzjoni ma jkunx jista' jiġi kkupjat faċilment, sabiex tkun tista' ssostni (għall-inqas għal xi żmien) il-vantaġġ uniku tiegħek fuq il-kompetizzjoni.

Tieġu pass lura u tikkunsidra l-elementi ewlenin varji kollha tal-mudell:

X'inhuma l-objettivi operazzjonali speċifiċi tiegħek għas-6, 12, 24 u 36 xahar li ġejjin?

tan-negozju tiegħek identifikati hawn fuq:

X'inhuma l-Indikaturi Ewlenin tal-Prestazzjoni (il-metriċi, il-miri marbuta biż-żmien) biex isegwu l-progress u s-suċċess tan-negozju? Pereżempju, meta tippjana li tgħammar, tforni u tiftaħ il-workshop tiegħek? Kemm promo u l-kanali tal-bejgħ biex jistabbilixxu u sa meta? Kemm klijenti qed tippjana li tilhaq u sa meta? Kemm-il prodott għall-manifattura u kemm biex ibiegħu? Kemm u x'tip ta' impjegati u kollaboraturi? Kemm jirrepetu l-klijenti u r-riferimenti?

l-istabbiliment ta' dawn l-objettivi operazzjonali ċari u l-KPIs tul skeda ta' żmien speċifika jippermettilek tagħmel stima xierqa

l-ispejjeż u d-dħul, kif ukoll ikkalkula r-redditu ekonomiku (profitt) li n-negozju tiegħek jiggenera, li huwa l-punt sa fejn id-dħul tiegħek qed jaqbeż l-ispejjeż tiegħek. Dan imbagħad jippermettilek tikkunsidra kif tista' żżid id-dħul tiegħek (b'aktar bejgħ,

ipprezzar ogħla) u tnaqqas l-ispejjeż tiegħek (permezz ta' titjib fil-produttività, xogħol b'kapaċità sħiħa jew kondivizjoni tal-assi u tal-persunal), u b'hekk tiggenera redditi ogħla fuq ir-rizorsi użati (dħul > kostijiet = profitti).

Fl-aħħar nett, analiżi bħal dawn se jindikaw il-fattibbiltà tan-negozju tiegħek (jekk jiggeneraw profitt fi żmien raġonevoli), u jekk u kemm finanzjament inizjali li għandek bżonn biex tibda jew jikbru n-negozju tiegħek.

Trid tkun taf aktar? Aktar informazzjoni rilevanti għall-ippjanar u l-ġestjoni finanzjarja hija disponibbli wkoll fil-Modulu 4.



IT-TFASSIL U L-AGĠORNAMENT TAN-NEGOZJU U L-KUMMERĊJALIZZAZZJONI PJANIJIET

Ladarba tkun għaddejt minn dawn l-analiżijiet kollha u vvalutat li n-negozju tiegħek ikun fattibbli, l-aktar mod sempliċi biex jitthejja pjan ta' negozju huwa li jintuża l-Canvas tal-Ippjanar tan-Negozju inkluż fil-Modulu 9. Din hija għodda viżwali versatili ħafna mmappjar-out kollha l-elementi ewlenin ta' 'bini msemmija hawn fuq ta' negozju, kif dawn jinterrelataw u finalment jiddefinixxu valur potenzjali ta' 'prodott lill-klijenti u r-ritorn lis-sidien tan-negozju



In-natura "kanvas" ta' din l-għodda tippermetti li din tintuża faċilment minn intraprenditur u t-tim tiegħu biex joħolqu flimkien u jistrutturaw b'mod iterattiv il-mudell tan-negozju tagħhom. Permezz tal-kunsiderazzjoni modulari u iterattiva tal-elementi ewlenin dwar il-Canvas, il-qafas generali għall-operat b'suċċess ta' negozju, il-mudell tan-negozju, jista' jiġi ppjanat u aġġornat kif meħtieġ.

Peress li pjan ta' kummerċjalizzazzjoni huwa subsett ta' pjan ta' direzzjoni tan-negozju, li jkopri b'mod partikolari dawk l-elementi ewlenin tan-negozju li huma ffukati fuq l-interazzjoni mas-suq, il-Business Planning Canvas huwa wkoll punt ta' tluq u bażi utli għat-tfassil ta' pjan ta' kummerċjalizzazzjoni. Dan tal-aħħar se jkollu bżonn idur madwar l-4Ps tat-taħlita tal-kummerċjalizzazzjoni — Prodott, Post, Promozzjoni, Prezz — billi jinkludi informazzjoni dwar:

• **Prodott** — il-karatteristiċi u l-benefiċċji tal-prodott offrut jew il-firxa ta' prodotti, b'mod partikolari f'termini tal-valur miżjud li jipprovdi fl-indirizzar ta' problemi speċifiċi tal-konsumatur (ħtiġijiet, xewqat, biżgħat) meta mqabbel ma' prodotti alternattivi u ta' sostituzzjoni oħra disponibbli;

• **Tqegħid** - deskrizzjoni dettaljata tas-swieq fil-mira u s-segmenti tal-klijenti, l-ordni ta' prijorità li għandhom jiġu indirizzati (inkluż ir-raġunament għal dawn l-għażliet abbażi ta' analiżi tas-suq), u d-diversi mezzi li għandhom jintużaw għall-bejgħ u l-konsenja tal-prodotti tiegħek lis-swieq u lill-klijenti fil-mira;

• **Promozzjoni** — il-kanali u l-attivitajiet varji ppjanati biex jiffaċilitaw l-għarfien tal-prodott fost il-klijenti fil-mira, l-evalwazzjoni tal-prodott meta mqabbel ma' alternattivi u sostituti, u fl-aħħar mill-aħħar ix-xiri/il-bejgħ tiegħu.

Prezz — deskrizzjoni dettaljata tal-istrategija tal-ipprezzar li għandha tiġi implimentata fil-firxa kollha tal-prodotti u diversi segmenti tal-klijenti fil-mira, inkluża r-raġuni għal dan l-ipprezzar.



Peress li l-kuntest tan-negozju, tas-suq u tal-industrija qed jinbidlu kontinwament, b'tendenzi Politiċi, Ekonomiċi, Soċjali, Teknoloġiċi, Ambjentali u Legali ġodda, kif ukoll kompetituri ġodda emergenti, il-mudell tan-negozju u l-pjan tiegħek jeħtieġ li jiġu vvalutati mill-ġdid regolament. Diversi opportunitajiet spotted u theddid fl-ambjent jeħtieġ li tittieħed azzjoni fuqhom sabiex jippermettu l-operazzjonijiet kontinwi u l-iżvilupp tan-negozju tiegħek. Pereżempju, kunsiderazzjonijiet etiċi u ta' sostenibbiltà bħal dawk ipprezentati fil-Modulu 6. F'sitwazzjonijiet bħal dawn, l-aġilità li perni, bidla direzzjoni, jittrasformaw mudell tan-negozju tiegħek, huma essenzjali għas-suċċess u l-iżvilupp tan-negozju ġenerali.

Madankollu, għandek bżonn issib bilanċ bejn l-ammont ta' żmien u sforz inti tpoġġi fis-ippjanar tan-negozju u l-iżvilupp meta mqabbla mal-implimentazzjoni attwali ta' operazzjonijiet tan-negozju u l-monitoraġġ tagħhom.

Għalhekk, filwaqt li huwa rrakkomandat li dan tal-aħħar isir fuq bażi kontinwa, flimkien ma' skennjar informali tal-ambjent tan-negozju estern, huwa rrakkomandat li r-reviżjonijiet formali tal-allinjament tal-pjan tan-negozju, ir-reviżjonijiet tal-pjanijiet tan-negozju jsiru biss fuq bażi annwali. Of course, jekk bidla kbira fil-kuntest tan-negozju u x-xejriet tas-suq jiġu nnutati, jew opportunitajiet sinifikanti jew theddid għan-negozju tiegħek spotted, inti għandek tikkunsidra u tindirizzahom bi prijorità.



Uħud mill-aħjar modi biex jibqgħu aġġornati dwar l-iżviluppi kummerċjali l-aktar rilevanti fis-settur tas-snaġġa' huma bis-sħubija f'networks u assoċjazzjonijiet professjonali lokali, nazzjonali u Ewropej (bħall-Kunsill Dinji tal-Artiġjanat Ewropa, l-Assoċjazzjoni Ewropea tal-Artiġjanat u l-SMEs, in-Netwerk Ewropew ta' Ċentri Kreattivi), qari tal-aħbarijiet fuq is-siti web u l-paġni tal-midja soċjali tagħhom, jipparteċipaw fl-avvenimenti ta' informazzjoni tagħhom, u jfittxu b'mod attiv prattiki tajbin, opinjonijiet esperti u bejn il-pari fi gruppi u pjattaformi online tal-industrija tas-snaġġa' rilevanti (pereżempju dwar Crafted [4], Crafted Industry Alliance News, The Design Trust, Crafts Council UK Stories, LinkedIn International Arts & Crafts Network, Etsy blog, eċċ.)



l-aġġustament tal-istrategija tan-negozju u l-aġġornament tal-pjan tan-negozju jistgħu jsiru aktar faċli bl-użu tal-istess metodoloġija u mudell tal-Canvas tal-Ippjanar tan-Negozju pprezentat hawn fuq. Barra minn hekk, il-verżjoni online tat-taħriġ tipprovdi mudelli oħra, kif ukoll l-opportunità għal awtoriflessjoni u diskussjonijiet mal-artiġjani u l-persuni kreattivi f'Forum Miftuħ, li fl-aħħar mill-aħħar jappoġġawk biex tapplika t-tagħlimiet kollha minn dan il-programm ta' taħriġ għan-negozju tas-snaġġa' speċifiku tiegħek stess.

REFERENZI

Osterwalder and Pigneur (2010). The Business Model Canvas and Business Model Generation handbook available at <https://www.strategyzer.com/>

Ash Maurya (2012). The Lean Canvas and the book "Running Lean: How to Iterate from Plan A to a plan that works" available at <https://leanstack.com/books/runninglean>

Everett M. Rogers (1982). "Diffusion of Innovations" available at <https://teddykw2.files.wordpress.com/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf>

WEBSAJTS OĦRA

[1] <https://microhub.erasmus.site/mt/courses/module-2-business-planning-development/lessons/additional-resources/>

[2] <https://www.threadless.com/>

[3] <https://www.poweredbypeople.com/>

[4] <https://www.poweredbypeople.com/blogs/crafted>

Negozju LAUNCH & MANAGEMENT

KIF TIBDA:

I-GĦAŻLA TA' STRUTTURA LEGALI GĦAN-NEGOZJU TIEGĦEK

Bl-idea tan-negozju tiegħek żviluppata u ttestjata, issa inti lest li twaqqaf formalment in-negozju tiegħek. L-istruttura tan-negozju legali li tagħżel se tinfluwenza kolli, mill-operazzjonijiet ta' kuljum, għat-taxxi u kemm mill-assi personali tiegħek huma f'riskju. Għandek tagħżel struttura ta' negozju li tagħtik il-bilanċ it-tajjeb ta' protezzjonijiet u benefiċċji legali.

Ibda billi tanalizza l-għanijiet tal-kumpanija tiegħek u l-ligijiet li se jirregolaw in-negozju tiegħek. Ftakar li inti tista' tiddel l-istruttura legali tan-negozju tiegħek aktar tul il-linja, kif tikber. Dawn huma xi eżempji ta' formoli tan-negozju użati fl-Ewropa:

Il-maġġoranza tal-SMEs il-ġodda jirreġistraw bħala Kumpaniji Privati, maħtura bħala Ltd. jew Limited.

• **Is -sjiedahija tip ta' entità kummerċjali li tappartjeni u titmexxa minn individwu wieħed** — ma hemm l-ebda distinzjoni legali bejn is-sid u n-negozju. L-uniċi Proprietorships huma l-aktar forma komuni ta' struttura legali għan-negozji ż-żgħar.

- **Korporazzjonijiet Nonprofit** huma organizzati biex jagħmlu karità, edukazzjoni, reliġjużi, letterarji, jew xogħol xjentifiku. Minħabba l-benefiċċji tax-xogħol tagħhom il-pubbliku, nonprofits jistgħu jirċievu l-istatus eżenti mit-taxxa, li jfisser li mhumiex meħtieġa li jgħallsu taxxi tad-dħul statali jew federali fuq il-profitti.

- Is-sħubijiet huma l-aktar struttura sempliċi għal żewġ persuni jew aktar biex ikollhom negozju flimkien. Is-sħubijiet limitati għandhom sieħeb ġenerali wieħed biss b'responsabbiltà illimitata, u s-sħab l-oħra kollha għandhom responsabbiltà limitata.
- Korporazzjoni hija entità legali li hija separata mis-sidien tagħha. Korporazzjonijiet jistgħu jagħmlu profitt, jiġu ntaxxati, u jistgħu jinżammu legalment responsabbli. Korporazzjonijiet joffru l-protezzjoni aktar b'saħħitha lis-sidien tagħha minn responsabbiltà personali, iżda l-ispiza biex jiffurmaw korporazzjoni hija ogħla minn strutturi oħra. Il-korporazzjonijiet jeħtieġu wkoll żamma ta' rekords aktar estensivi, proċessi operazzjonali, u rappurtar.
- Kooperattiva hija negozju jew organizzazzjoni proprjetà ta' u operata għall-benefiċċju ta' dawk li jużaw is-servizzi tagħha. Il-profitti u l-qliġh iġġenerati mill-kooperattiva jitqassmu fost il-membri, magħrufa wkoll bħala sidien ta' utenti. Il-membri jistgħu jsiru parti mill-kooperattiva billi jixtru l-ishma, għalkemm l-ammont ta' ishma li għandhom ma jaffettwax il-piż tal-vot tagħhom.



IT-TWAQQIF TA'

NEGOZJU ETSY GĦALL-BEJGĦ IL-PRODOTT TIEGĦEK ONLINE

Biex tikseb in-negozju mikro tiegħek u taħdem, inti tista 'tibda billi tippreżenta l-prodotti tiegħek online billi tibda Etsy-shop. Etsy huwa l-post perfett għal dawk li jfasslu biex ibiegħu oġġetti magħmulin bl-idejn. Huwa jieħu ftit ħin biex jitwaqqaf ħanut Etsy, u għandha ostaklu baxx ta 'dħul. Filwaqt li huwa liberu li toħloq kont, inti trid tħallas miżata żgħira għall-elenkar oġġett tiegħek, u miżata tat-tranzazzjoni fuq bejgħ.

Hawn huma l-passi li għandhom jittieħdu:

1. Oħloq kont Etsy

Sabiex jinħoloq kont tal-bejjiegħ, l-ewwel irid ikollok kont Etsy tal-konsumatur. Mur fuq "Sign In" fir-rokna ta' fuq tal-lemin, u tinfetaħ kaxxa ta' djalogu għall-kredenzjali. Wara r-registrazzjoni, ħdejn il-karrettun tax-xiri fir-rokna ta' fuq tal-lemin hemm ċirku griż b'silwett fuqha. Meta tikklikkja fuq iċ-ċirku, menu drop-down jagħtik għażla li tikklikkja fuq "Biegħ fuq Etsy."

2. Żid stampa tiegħek u bijo

Billi żżid bijo qasir u ritratt fil-ħanut Etsy tiegħek, inti tista 'turi klijenti potenzjali l-artiġjani wara l-ħanut. Dan huwa post fejn il-bejjiegħa jixtiequ jaqsmu ispirazzjoni tagħhom għal dak li jagħmlu.

3. Daħħal il-preferenzi tal-ħanut tiegħek

Hawnhekk, daħħal il-preferenzi tal-ħanut tiegħek; il-lingwa, il-pajjiż tal-ħanut, il-munita tal-ħanut u jekk il-ħanut huwiex id-dħul full-time tiegħek jew le. Meta lest, ikklikkja "Issejvja u kompli" fir-rokna tal-lemin tal-qiegħ.



4. Isem Shop tiegħek

Tista' ssemmi l-ħanut tiegħek u trid tkun unika minn ħwienet oħra. Ismek jista' jkollu biss ittri u numri Rumani mhux aċċentati, mingħajr spazji. Daħħal l-isem propost li trid u kklikkja "Iċċekkja d-Disponibbiltà".

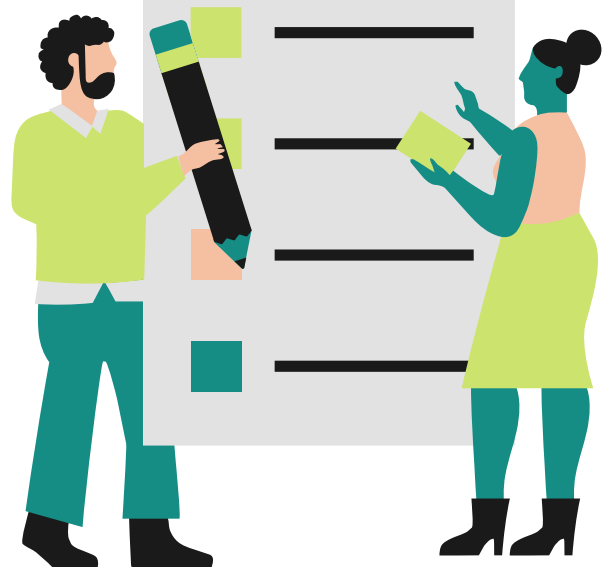
5. Oħloq Listi tiegħek

Issa inti se toħloq listi tiegħek. Etsy jirrakkomanda li minimu ta' għaxar listi differenti għal ċans akbar ta' viżibbiltà.

L-ejenkar tiegħek għandu jinkludi:

- Ritratti: Mill-inqas wieħed ritratt huwa meħtieġ, u inti tista' żżid sa għaxar ritratti.
- Filmati: Filwaqt li mhux meħtieġ, video jistgħu jissettjaw il-prodott tiegħek apparti mill-kompetizzjoni tiegħek.
- Dettalji tal-ejenkar: Ejenka t-titolu tal-prodott, li għamilha, meta sar, jekk huwiex prodott fiżiku jew diġitali, deskrizzjoni dettaljata, materjali użati u tikketti.
- Inventarju u pprezzar: X'inhu l-prezz tal-oġġett tiegħek? Kun żgur li fattur fl-ispiża tal-materjali, ix-xogħol, u t-tbaħħir
- Varjazzjonijiet fil-prodott: Il-prodott tiegħek għandu diversi daqsijiet jew kuluri? Elenkahom hawn.

Trasport bil-baħar: Inti jista' jkollhom Etsy tikkalkula l-ispejjeż tat-tbaħħir tiegħek għalik ibbażati fuq kodiċi zip oriġini tiegħek.



6. Ikteb Dettalji tal-Karta tal-Kreditu tiegħek

Għandek bżonn karta ta' kreditu biex tħallas għall-mizati Etsy tiegħek.

7. Iftaħ Shop tiegħek

Wara li tkun daħħalt id-dettalji tal-karta ta' kreditu tiegħek, il-buttuna "Iftaħ il-Ħanut Tiegħek" issir sewda u tista' tikklikkja fuqha. Prosit — il-ħanut tiegħek huwa miftuħ! Issa inti tista' tqassam ħanut tiegħek mal-ħbieb tiegħek, familja u segwaċi.



OPEN

Definizzjoni tal-KOMUNIKAZZJONI TIEGĦEK, TIEĦU & ATTIVITÀ STRATEGĠIJA

Meta tippjana n-negozju tiegħek huwa importanti li wieħed jaħseb dwar l-istrategġija tiegħek għall-marketing u l-komunikazzjoni. Bidu tajjeb huwa li tħares lejn il-pożizzjoni tiegħek fis-suq illum meta mqabbla mal-kompetituri tiegħek. Ibda billi tidentifika s-Suq fil-Mira tiegħek billi ssemmi min il-klijenti ewlenin tiegħek huma: Min hu l-klijent ideali tiegħek ibbażat fuq ir-riċerka tas-suq u d-data reali dwar il-klijenti eżistenti tiegħek? Imbagħad tħares lejn is-suq ġeografiku tiegħek billi tidentifika l-post fiżiku tas-suq fil-mira tiegħek. Tista' wkoll tiddefinixxi l-pożizzjoni tiegħek fis-suq meta mqabbla ma' intraprendituri oħra fil-qasam tiegħek billi tagħmel analiżi tal-kompetitur. Staqsi lilek innifsek: X'nofri li l-ebda kumpanija, prodott jew servizz ieħor ma jagħmel?

Elenka l-kompetituri ewlenin tiegħek kif ukoll l-informazzjoni li ġejja għal kull kompetitur:

- Saħħa komparattiva — X'inhuma l-assi tal-kumpanija tiegħek li dan il-kompetitur ma jkollux?
- Dgħufijiet komparattivi — F'liema oqsma jew attributi l-kompetituri tiegħek jisbquk?
- Kontropunti — Jekk tissemma dgħufija komparattiva fin-negozjati tal-bejgħ, liema kontropunti jistgħu jintużaw biex jigu indirizzati dawk id-dgħufijiet?

Isem il-Kompetitur	Sahħa(jiet) Komparattiva(i)	Dgħufija(jiet) Komparattiva(i)	Kontropunt(i)
Kompetitur A			
Kompetitur B			
Kompetitur C			

Learn more about your company's value proposition, market analysis, branding, positioning, and campaign marketing plan in [Module #2: Business development](#).

Now that you have identified your market position, you can find new market opportunities and start working on your communication plan to reach your customers.

KOMUNIKAZZJONI

PJAN

Mod ieħor biex jinħoloq interess fis-suq huwa permezz ta' komunikazzjoni fil-kanali rilevanti tal-gruppi fil-mira tiegħek. Se tingħata l-aħjar attenzjoni billi tippjana l-attivitajiet ta' komunikazzjoni tiegħek qabel iż-żmien.

Ibda billi tidentifika l-istatus attwali tiegħek fl-isfera tal-midja soċjali. L-analiżi tar-rapporti tal-midja soċjali u t-traċċar tal-kopertura tal-espożizzjoni tal-midja tiegħek se jkunu kritiċi meta niġu biex ninfurmaw id-direzzjoni tal-istrategija tiegħek. Idddefinixxi b'mod ċar l-għanijiet u l-għanijiet tal-komunikazzjoni fil-pjan tiegħek. Ikteb id-dettalji ta' min qed tippjana li tikkomunika ma' u għaliex. Qed tippjana kampanja jew tixtieq tibni għarfien fit-tul fost il-klijenti futuri tiegħek? U li huma l-klijenti tiegħek? Ipprova niddefinixxuhom b'mod ċar!

Il-pass li jmiss huwa li inġenji l-istrategija tiegħek billi jagħżlu l-kanali għall- komunikazzjoni tiegħek. Iddetermina l-kanali ta' komunikazzjoni li se jintużaw, meta inti se tużahom, u min kullkanal huwa maħsubfjew. Hawnhekk, tista' tistaqsi lilek innifsek:

Liema kanali huma l-aktar effiċjenti biex tilhaq l-udjenza fil-mira tiegħek?

Fejn se ssir il-komunikazzjoni tiegħek?

Hemm ħafna mezzi ta' komunikazzjoni potenzjali li għandhom jintużaw fl-istrategija tal-kummerċjalizzazzjoni tiegħek bħal:



Il-midja soċjali

Jimpenjaw ruħhom ma 'klijenti godda u potenzjali, isibu influwenzaturi, track kompetituri, u jindirizzaw ilmenti tal-klijenti.



Kummerċjalizzazzjoni bl-email

Jikkomunikaw mal-abbonati tiegħek biex jippromwovu avvenimenti, blogs godda, u jimxu aktar fl-lembut marketing



Stampa

Agħmel kuntatt mal-konsumaturi permezz ta' fuljetti fiżiċi, artikli ta' gazzetti, jew sinjali.



Reklami diġitali

Kun żgur li int allinjat sew mat-tim tar-reklamar bi ħlas tiegħek sabiex tkun tista' tiżgura li r-reklami li tkun qed tmexxi huma rilevanti u topiċi għal kwalunkwe kampanja attwali jew avveniment li jmiss.



Il-mezzi tax-xandir onlajn

Ikkuntattja lill-ġurnalisti bi grawnds tal-istorja jew stqarrijiet għall-istampa biex tilhaq udjenza usa' minn dawk li diġà jsegwuk jew li huma sottoskritti.

Elenka l-gruppi kollha tal-midja soċjali, ir-rivisti, il-bullettini, is-siti web u mezzi oħra li qed ikopru s-sugġetti tiegħek u jidderieġu l-messaġġ tiegħek lejn dawn!

**X'messaġġ qed tipprova tikkomunika?
Kif tista' tattira l-interess fost l-udjenza tiegħek bl-aħjar
mod?**

Il-komunikazzjoni tiegħek għandha mbagħad tiġi emendata biex twassal valur prop aktar attraenti, u għandek taħdem biex tirfina l-mod kif tirrappreżenta l-prodott tiegħek. Meta tkun għamilt il-pjan ta' azzjoni tiegħek, iddeċiedi min se jkun responsabbli għall-eżekuzzjoni tiegħu u f'liema perjodu ta' żmien. Tista' tiegħu aktar ħin milli tirrealizza!

l-aħħar iżda mhux l-inqas: iddefinixxi l-baġit tiegħek għall-attivitajiet ta' komunikazzjoni. U tinsieħ issewwi r-riżultati sabiex tkun tista' tirrevedi l-pjanijiet tiegħek għall-ħin li jmiss.



IT-TWAQQIF TA'

PAGNA WEB U KANALI GĦALL-KOMUNIKAZZJONI

Huwa vitali għan-negozji ż-żgħar li jkollhom websajt. I-użu tal-midja soċjali waħdu ma jipprovdi ħafna kontroll fuq il-klijentela tiegħek u l-kummerċjalizzazzjoni. Barra minn hekk, il-klijenti jippreferu jaraw sit web biex ikollhom aktar fiduċja f'marka partikolari.



Il-bini ta' websajt solida b'disinn eċċellenti użat biex ma jintlaħaqx għal ħafna sidien ta' negozji żgħar. Illum il-ġurnata, madankollu, hemm għodod tal-web li jagħmluha faċli għal individwu biex joħloq websajt mingħajr ma jkollu jqabbaq disinjaturi professjonali jew programmaturi. Il-bennejja tal-websajt huma għażla perfetta għan-negozji ż-żgħar li huma fuq baġit strett, jew bi żmien u ħiliet limitati. Huma jippermettu li inti tiffirka l-flus u jonfqu fuq tkabbir tan-negozju tiegħek minflok tħallas professjonisti. Barra minn hekk, inti tista' toħloq websajts b'disinn tajjeb malajr u faċilment. Illum hemm ħafna għażliet ta' programmi ħielsa bini website minn fejn jagħżlu, bħal:

Webnode: <https://www.webnode.com/>

Squarespace: <https://www.squarespace.com/>

Webflow: <https://webflow.com/>

Wix: <https://www.wix.com/>

KIF TINNEGOZJA NEGOZJU U JIKTBU NEGOZJU

KUNTRATTI

Kif tinnegozja ftehim ta' negozju

Meta inti stabbilit kuntatt ma 'klijent interessat spiss ikun hemm mument ta' negozjati fejn kemm inti u l-klijent tixtieq tikseb l-aħjar ftehim. Hemm ħafna affarijiet li għandek tikkunsidra hawn, kif inti x'aktarx tixtieq tibni relazzjoni fit-tul mal-klijent!

Dawn huma xi suggerimenti importanti għan-negozjati kummerċjali:

1. Ejja ppreparati

Qabel ma inti tinnegozja, insemmu dak prospett tiegħek huwa l-aktar probabbli li trid u dak li inti f'pożizzjoni li joffru. Pereżempju: Għaliex prospett tiegħek jeħtieġ dak li inti bejgħ u kif ħażin li għandhom bżonnha.

1. Tkellem it-tieni

Billi tħalli l-prospett tiegħek jibda l-konverżazzjoni, u tisma' bir-reqqa qabel ma tistaqsi l-mistoqsijiet, tista' tiġbor l-indikazzjonijiet li r-raġuni vera li qegħdin fin-negozjati hija għaliex huma:

Ikkonċernat il-prodott jew is-servizz tiegħek mhux se jissodisfa l-aspettattivi; Inkwetat li l-kumpanija tiegħek mhux se tissodisfa l-ħtiġijiet tagħha fit-tul; Jew jistgħu jkunu skomdi bl-idea li jiġġustifikaw jew jieħdu r-responsabbiltà għad-deċiżjoni tax-xiri tagħhom.



1. Jistinkaw biex jingħaqdu flimkien

In-negozjati għandhom dejjem jitqiesu permezz ta' lenti ta' ħidma f'tim. Iż-żewġ naħat qed jaslu għall-mejda bil-ħtigijiet tagħhom stess li għandhom jintlaħqu u kulħadd għandu rwol biex jaħdem. Għandek bżonn taħdem flimkien. L-attitudni t-tajba tmur triq twila ma 'ftehim li għandu kulħadd jitbissem! Kun ċar fuq il-bżonnijiet tiegħek, ħu l-ħin biex tifhem tagħhom, u kun lest li tistabbilixxi dan kollu fuq il-linja meta jasal il-ħin.

4. Tgħallem biex jittrattaw l-oġġezzjonijiet

Hemm ħafna ta' tips online biex jittrattaw rifjut bħala professjonist tal-bejgħ. Wieħed ewlieni kbir biex jittrattaw l-oġġezzjonijiet matul in-negozjati tal-bejgħ, madankollu, huwa t-tagħlim li jkun solver problema. Filwaqt li huwa intelligenti li jmorru fil ppreparati ma 'għażla bi prezz aktar baxx li jissodisfa l-ħtigijiet tal-prospett tiegħek, inti għandek dejjem tkun fuq il-lookout għal opportunitajiet biex jibnu valur madwar offerta oriġinali tiegħek minflok.

5. Mixja 'l bogħod jekk ikun meħtieġ

Tibzġħux titbiegħdu minn ftehim li mhux se jagħmel progress minkejja l-aħjar sforzi tiegħek biex tilhaq ftehim. Jekk qed tipprova tiddeċiedi jekk prospett verament japprezzax l-offerta tiegħek, hawn żewġ sinjali li l-persuna li qed tinnegozja magħha tista' tkun prospett diffiċli li x'aktarx issir klijent mhux sodisfatt:

Huma jagħmlu talbiet irragonevoli jew mhux profittabbli jew għandhom ħtigijiet li ma jistgħux jigu ssodisfati taħt l-aktar termini klementi tiegħek u l-kundizzjonijiet



6. Ibni relazzjonijiet: irbaħ/rebħ

Kun żgur li dejjem qed taħdem biex tibni relazzjonijiet, tidentifika l-ħtiġijiet tax-xerrej u toffri soluzzjonijiet bħala parti mill-qafas tan-negozjati.

Minflok sitwazzjoni ta' "rebbieħ jieħu kollox", negozjar ta' bejgħ b'suċċess huwa wieħed fejn iż-żewġ partijiet iħallu t-tabella sodisfatta u jħarsu 'l quddiem.



Kif tikteb kuntratt ta' negozju

Ladarba inti jkunu stabbilixxew negozju fit-tul, huwa importanti li ġgibu bil-miktub biex jiġi evitat nuqqas ta' ftehim matul iż-żmien.

1. Ġgibu bil-miktub

Fid-dinja tan-negozju, il-biċċa l-kbira tal-ftehimiet għandhom ikunu bil-miktub anki jekk il-liġi ma teħtieġx dan. Ftehim bil-miktub huwa inqas riskjuż minn ftehim orali, għaliex għandek dokument li jispjega b'mod ċar id-drittijiet u l-obbligi ta' kull parti f'każ ta' konfużjoni jew nuqqas ta' qbil.

2. Żommha sempliċi

Oħloq sentenzi qosra u ċari b'intestaturi sempliċi u nnumerati tal-paragrafi li jwissu lill-qarrej dwar x'hemm fil-paragrafu.

3. Identifika kull parti b'mod korrett

Trid tinkludi l-ismijiet legali korretti tal-partijiet għall-kuntratt sabiex ikun ċar min hu responsabbli għat-twettiq tal-obbligi skont il-ftehim (u min għandek drittijiet legali kontra jekk l-affarijiet imorru ħażin).

4. Spjega d-dettalji kollha

Il-korp tal-ftehim għandu jispjega fid-dettall id-drittijiet u l-obbligi ta' kull parti. Tħallix xejn barra: jekk inti tiddiskuti xi ħaġa verbalment u ħawwad fuqha iżda mhuwiex fil-kuntratt, se jkun qrib li jkun impossibbli li tiġi infurzata. Dejjem tista' toħloq emenda qasira bil-miktub. Jew, jekk ma ffirmajtx il-ftehim, tista' tikteb il-bidla fil-kuntratt.





5. Speċifika l-obbligita' pagament speċifika min iħallas lil min, meta jridu jsiru l-pagamenti, u l-kundizzjonijiet biex isiru l-pagamenti. Kif inti tista raden, flus huwa spiss kwistjoni kontroversjali, għalhekk din il-parti għandha tkun dettaljata ħafna. Ikkunsidra jekk intix se tħallas bin-nifs jew biss meta jitlesta x-xogħol għas-sodisfazzjon tiegħek.

6. Jaqblu dwar iċ-ċirkostanzi li jitterminaw il-kuntratt

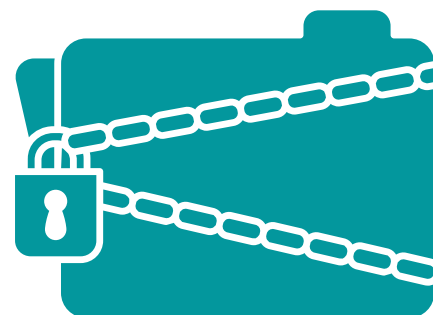
Jagħmel sens li jiġu stabbiliti ċ-ċirkostanzi li fihom il-partijiet jistgħu jitterminaw il-kuntratt. Pereżempju, jekk parti tiflew wisq skadenzi importanti, il-parti l-oħra għandu jkollha d-dritt li tittermina l-kuntratt mingħajr ma tkun legalment fuq il-ganċ għal ksur (vjolanti) tal-ftehim.

7. Qbil dwar mod kif jiġi solvut it-tilwim

Ikteb fil-qbil tiegħek dak li inti u l-parti l-oħra se tagħmel jekk xi ħaġa tmur ħażin.

8. Żommha kunfidenzjali

Il-ftehim tiegħek għandu jkun fih wegħdiet reċiproċi li kull parti se żżomm kwalunkwe informazzjoni kummerċjali li tkun tgħallmet waqt it-twerttiq tal-kuntratt strettament kunfidenzjali.



MONITORAĠĠ TAN-NEGOZJU TIEGĦEK MA' GHODOD ONLINE

Fehim kif in-negozju tiegħek qed twettaq relattiv għall-aspettattivi tiegħek u l-kompetituri tiegħek huwa l-muftieħ biex jinkiseb titjib konsistenti. Jekk inti tixtieq li tikseb simplistic dwar is-suċċess tan-negozju tiegħek, inti tista 'tgħid kollha sopravivenza tan-negozju jinzel għal żewġ metriċi: il-profittabbiltà u l-fluss tal-flus. Mhux biss għandek bżonn biex jifhmu l-ħafna fatturi li jikkontribwixxu għal dawk metriċi, iżda għandek bżonn tkun taf ukoll affarijiet oħra varji li jirriflettu s-saħħa tan-negozju.

I-awtomatizzazzjoni tal-istħarriġ bl-email ta' wara x-xiri:

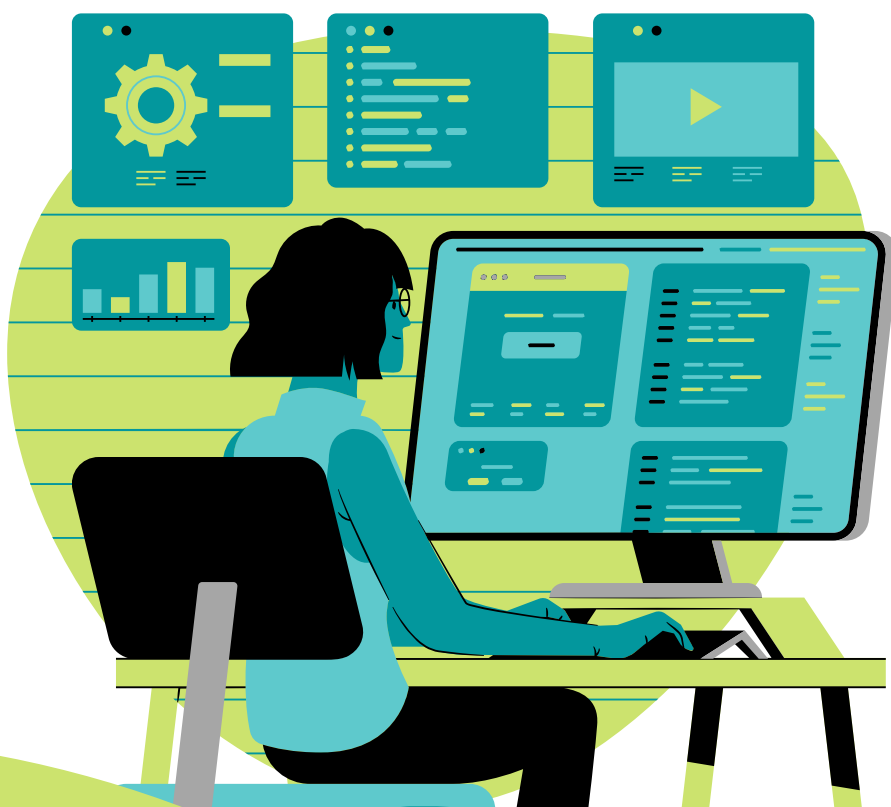
Getting feedback mill-klijenti huwa importanti ħafna, iżda huwa xi ħaġa li ħafna negozji jinjoraw. Xi jippreferu li jevitaw kummenti negattivi għal kollox, jiddeċiedu li mhumiex rappreżentattivi ta 'kif il-klijenti verament iħossu. Dan iħallas biex ikun proattiv, u wieħed mill-modi l-aktar effettivi b'mod affidabbli biex jingabar il-feedback huwa permezz ta' stħarriġ elettroniku awtomatizzat u f'waqtu. Pereżempju, jista 'jkollok email stħarriġ attiv 24 siegħa wara t-tlestija ta' ordni minħabba li wieħed mibgħut immedjatament wara jista 'jigi konfuż bħala konferma ordni. Imbagħad tista' tibgħat stħarriġ aktar dettaljat fil-gimgha wara li l-prodott ikun ġie kkonsenjat. Tista' tikkunsidra wkoll li tuża karatteristika ta' chat biex tgħin lill-vizitaturi. Jagħmilha faċli biex tinzamm ir-rappreżentazzjoni taċ-chat 24/7, skali perfettament taħt domanda tqila (mogħtija qawwa ipproċessar adegwat), u tista 'tnaqqas b'mod notevoli telefonati u stenna l-hinjiet.



Oqgħod attent għal kif l-industrija tiegħek qed tagħmel b'mod ġenerali.

**X'inhuma x-xejriet ġenerali?
U kif qed jagħmlu l-kompetituri
tiegħek?**

Jekk issib li ċerti kompetituri qed jirnexxu f'oqsma notevoli waqt li tkun qed titħabat, dan jagħtik idea b'saħħitha ta' kif tista' titjeb. Hares lejn dak li qed jagħmlu u rrelatah mal-isforzi tiegħek. Huma jużaw tattiċi differenti jew biss eżekuzzjoni aħjar? Filwaqt li ma tistax taċċessa l-analitika tal-kompetitur (jigifieri ma tistax tqabbel direttament f'kull aspekt), tista' tagħmel affarijiet bħall -monitoraġġ tal-midja soċjali ssemmi għar-rivali ewlenin tiegħek biex tara kif qed jagħmlu. Inti tista' tara li ssemmi tagħhom dip meta tiegħek tagħmel, li jfisser il-kwistjoni hija xi ħaġa mhux relatata mal-kumpanija speċifika tiegħek.



I-IŻVILUPP TAL-ĦILJET ORGANIZZATTIVI TIEGĦEK BL-GĦAJNUNA TA' GĦODOD ONLINE GĦAL

ĠESTJONI TAL-ĦIN, ĠESTJONI TAL-PROĠETTI U GĦODOD OĦRA

Bħala artigjan u intraprenditur tista' tiffranka l-ħin fil-ġestjoni tan-negozju tiegħek billi tuża għodod diġitali għall-ippjanar, il-komunikazzjoni u l-bejgħ. Hawn huma xi tips!

Għodod diġitali utli għall-ippjanar tal-ġestjoni u l-bejgħ

Trello: Għodda ta' ġestjoni tax-xogħol viżwali li tagħti s-setgħa lit-timijiet biex jipprotestaw, jippjanaw, jimmanigġjaw u jiċcelebraw ix-xogħol tagħhom flimkien

b'mod kollaborattiv, produttiv u organizzat. Jekk inti u t-tim tiegħek qed jibdeu xi haġa ġdida jew jippruvaw

biex tikseb aktar organizzati max-xogħol eżistenti tiegħek, Trello jadatta għal kwalunkwe proġett. Dan jgħinek tissimplifika u tistandardizza l-proċess tax-xogħol tat-tim tiegħek b'mod intuwittiv. Iżda tħallix is-semplicità tagħha tqarmex! Trello huwa faċli għall-utent, għadhom għadhom kapaċi

biex timmanigġja l-proġetti l-aktar robusti tat-tim tiegħek.



Google Workspace: Bil Google Workspace, in-negozji jistgħu jikkollaboraw b'mod aktar effiċjenti, jissimplifikaw ix-xogħol tagħhom, u jiffrankaw il-ħin ma 'għodod ta' produttività integrati u insights. Bosta negozji joperaw fi spazji fiżiċi. Iżda issa, l-ambjenti organizzattivi qed jinbidlu b'rata mgħaġġla. Ma għadniex nagħmlu laqgħat fil-kariga, minflok nibdlu djarna f'postijiet tax-xogħol.

Bil Gmail Klijent, Google Drive, Google Iltaqqa u Google Chat, inti tista 'tiffacilita laqgħat virtwali mal-membri tat-tim tiegħek. Tista 'wkoll tuża applikazzjonijiet kollaborazzjoni dokument bħal Docs Google, Folji Google, u Slides Google biex jeditjaw dokumenti. Bl-użu Google Vault, inti tista 'tippreserva data essenzjali sakemm ikollok bżonn. Tista' wkoll tistabbilixxi regoli dwar iż-żamma tad-data, anke għal kontijiet sospizi u dokumenti mħassra.

Zoom: Pjattaforma ta' komunikazzjoni li tippermetti lill-utenti jikkonnettjaw permezz ta' vidjo, awdjo, telefown, u chat. L-użu ta' Zoom jeħtieġ konnessjoni tal-internet u apparat appoġġjat



X'INHU D-DRITTIJET TAL-AWTUR AWTOMATIČI U KIF TIRREĠISTRA DRITTIJET TAL-AWTUR

Meta toħloq xogħol artistiku originali, int protett bid-drittijiet tal-awtur. Hadd apparti minnek m'għandu d-dritt li jagħmel ix-xogħol pubbliku jew li jirriproducih. Fil-pajjiżi tal-UE, id-drittijiet tal-awtur jiproteġu l - proprjetà intellettuali tiegħek sa 70 sena wara mewtek jew 70 sena wara l-mewt tal-aħħar awtur li jkun baqa' ħaj, fil-każ ta' xogħol ta' awtur kongunt.

Barra mill-UE, fi kwalunkwe pajjiż li ffirmat l- Konvenzjoni ta' Berna, it-tul tal-protezzjoni tad-drittijiet tal-awtur jista' jvarja iżda jidm sa mill-inqas 50 sena wara mewt l-awtur. Jekk tixtieq tipprova l-eżistenza tax-xogħol tiegħek f'ċertu punt ta' żmien, registrazzjoni tista' tkun utli.

Il-protezzjoni tad-drittijiet tal-awtur tagħtik id-drittijiet esklussivi li ġejjin:

- Drittijiet ekonomiċi — garanzija li għandek kontroll fuq ix-xogħol tiegħek u remunerazzjoni għall-użu tiegħu permezz tal-bejgħ jew il-liċenzjar
- Drittijiet morali — normalment jiproteġu d-drittijiet tiegħek li titlob l-awtur (dritt ta' attribuzzjoni) u li tirrifjuta modifika ta' xogħlok (dritt ta' integrità)
- Jekk toħloq xogħol letterarju, xjentifiku u artistiku, inti awtomatikament għandek protezzjoni tad-drittijiet tal-awtur, li tibda mill-mument li toħloq ix-xogħol tiegħek, sabiex ma jkollokx bżonn tgħaddi minn xi proċess formali ta' applikazzjoni.

Madankollu, jista' jkollok b'zonn tagħti parir lil nies oħra li inti l-awtur ta' dak ix-xogħol. Tista' tehmeżaviż dwar id-drittijiet tal-awtur max-xogħol tiegħek

— b'hat-test tad-“drittijiet kollha riżervati”, jew is-simbolu © — flimkien mas-sena li n'holqot ix-xogħol.



Id-drittijiet tal-awtur jirriżultaw direttament mill-kreazzjoni. Għalhekk m'hemm l-ebda ħtieġa li wieħed jirreġistra ma' xi awtorità jew nutar pubbliku. Permezz ta' għadd ta' ftehimiet internazzjonali, id-drittijiet tal-awtur f'ħafna pajjiżi japplikaw ukoll direttament. Fi ħdan id-drittijiet tal-awtur, issir distinzjoni bejn id-drittijiet ekonomiċi u mhux materjali.

Kif tipproteġi kreazzjonijiet tiegħek b'mod effettiv kemm jista' jkun Biex tipproteġi x-xogħol artistiku tiegħek kontra l-ikkupjar jew l-iffalsifikar, huwa importanti għad-disinjaturi li jipproteġu d-disinji tagħhom. Din il-protezzjoni hija essenzjali f'kull stadju tal-proċess tal-ħolqien: mill-ewwel skeċċ ta' disinn imfassal fuq il-karta sal-preżentazzjoni tiegħu lill-pubbliku, pereżempju waqt wirja tal-moda, showroom, avveniment, eċċ

M'għandekx b'zonn lawrja fil-liġi jew avukat biex tipproteġi d-drittijiet tiegħek. Madankollu, il-kwistjoni hija kif tipprova li x-xogħol kien ma'ħluqa fuq data speċifika. Jeżistu diversi mezzi. L-aktar effettiv huwa d-depożitu tal-bailiff, u hemm servizzi b'hal Copyright.eu biex ħlief inti l-ħin u l-inkwiet li jkollhom jgħaddu mill-proċess.



Meta tirreġistra ma' Copyright.eu, inti tagħti protezzjoni legali lill-kreazzjonijiet tiegħek billi tipprovdi prova tad-data u l-kontenut tagħhom (id-drittijiet tal-awtur).

- Kull ċertifikat huwa ttimbrat bil-ħin u rreġistrat fir- reġistru Copyright.info,
- Huwa validu internazzjonalment (+ 177 pajjiż), Iċ-ċertifikat ta' anterjorità huwa validu għall-ħajja,
- Tippermetti a prova ta' anterjorità filwaqt li żamma tiegħek il-ħolqien ta'kunfidenzali,
- B'għażla, inti laned lkseb ufficjal il-marixxal tal-bailiff rapport (att awtentikat),
- Huwa possibbli li jiġu pprezentati depożiti addizzjonali illimitati għal miżata.

Tista' titgħallem aktar u tirreġistra l-prodotti tiegħek fuq Copyright.eu, Bil Copyright.eu, tista' tikseb iċ-ċertifikat tiegħek ta' anterjorità online **F'inqas minn 15-il minuta!**



REFERENZI

Choose a Business Structure, U.S. Small Business Administration, <https://www.sba.gov/business-guide/launch-your-business/choose-business-structure>

Copyright (2022-08-26), Your Europe, https://europa.eu/youreurope/business/running-business/intellectual-property/copyright/index_en.htm

Haan, K; Bottorf, C (2022-12-04), How to start an Etsy shop, Forbes Advisor, <https://www.forbes.com/advisor/business/how-to-start-an-etsy-shop/>

Keeley J., (2020-05-18), What is Google Meet and How Does it Work?, MUO, <https://www.makeuseof.com/tag/what-is-google-meet/>

Sales negotiation, training, skills and strategies to win more deals, Pipedrive, <https://www.pipedrive.com/en/blog/sales-negotiation>

What Is a Communication Plan and Why It's Important: A Guide, Network for Good, <https://www.networkforgood.com/resource/top-10-reasons-for-creating-a-communications-plan/>

5 Interesting Ways to Monitor How Your Business is Performing (2020-04-20), Campaign Monitor, <https://www.campaignmonitor.com/blog/email-marketing/5-interesting-ways-to-monitor-how-your-business-is-performing/>

12 Best Website Builders for Small Businesses, Popup Smart, <https://popupsmart.com/blog/best-website-builder-for-small-business>

Practical case study: Interview with Silversmith and Micro Business owner Mike Årsjö

**FINANZJARJU U
IL-LITTERIŻMU EKONOMIKU**

IL-PUNTI BAŽIČI

TA' TERMINI KONTABILISTIČI U FINANZJARJI

nke meta kumpanija tuża ż-żamma tal-kotba esternalizzata, CEO xorta jeħtiegħ li jkun infurmat dwar l-aspetti kollha tat-tmexxija b'suċċess ta' negozju minħabba li mhux kulħadd ikollu l-opportunità li jistudja l-kontabilità. Meta frażijiet li nużaw fi tranżazzjonijiet ta' kuljum ikollhom tifsiriet distinti f'ambjent finanzjarju, il-lingwa tal-kontabilità tista' għall-ewwel tidher konfuża. Tista' titkellem dwar u timmaniġġja l-flus b'kunfidenza jekk inti familjari mat-terminoloġija bażika. Din it-taqsimha għandha l-għan li tintroduċi xi termini bażiċi ta' kontabilità u finanza li se jgħinu lill-intraprendituri jimmaniġġjaw aħjar il-finanzi tan-negozju tagħhom.

Terminu	Definizzjoni
Definizzjoni	Il-proċedura għall-monitoraġġ u l-ippjanar tal-attività finanzjarja. Inti żżomm kont ta' kull tranżazzjoni, jew avveniment monetarju, li sseħħ. Id-data u r-rapporti gġenerati minn kontabbiltà preċiża jistgħu jintużaw biex jinħolqu deċiżjonijiet korporattivi infurmati tajjeb.
Kontijiet	Rekord li jikkompila t-tipi relatati ta' tranżazzjonijiet, bħal obligazzjonijiet jew assi. Il-kontijiet finanzjarji jistgħu jinqasmu f'ħames kategoriji: assi, obligazzjonijiet, ekwità, dħul, u spejjeż.
Assi	Benefiċċji għall-ekonomija issa jew fil-futur li entità tikkontrolla. Din tista' tkun xi ħaġa tangibbli, bħall-flus, l-għodod, jew il-proprjetà immobbli, jew xi ħaġa intangibbli, bħad-drittijiet tal-awtur, il-privattivi, jew il-marki kummerċjali.
Obligazzjon	Benefiċċji finanzjarji derivati minn operazzjonijiet kummerċjali bħall-bejgħ ta' prodotti jew l-għoti ta' servizzi.

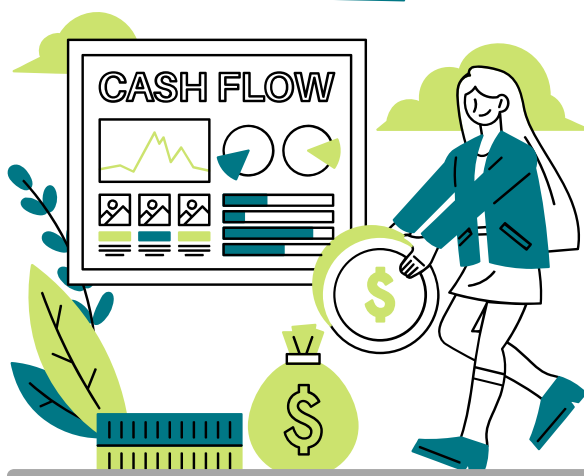
Dħul	Financial benefits derived from commercial operations like selling products or rendering services.
Spejjeż	Il-valur monetarju tal-infiq għall-provvisti, is-servizzi, ix-xogħol, il-prodotti, it-tagħmir u oġġetti oħra mixtrija għall-użu minn negozju jew entità kontabilistika oħra.
Ekwità	Meta kumpanija tkun proprjeta unika, l-ekwità tkun il-valur tal-kumpanija li tappartjeni lis-sid jew lill-azzjonisti (jekk negozju jkun korporazzjoni). Ekwità hija l-ammont ta' valur li persuna jkollha f'assi personali.
Kontijiet li jistgħu jithallsu	Flus li kumpanija għandha tagħti. Meta entità tagħmel tranżazzjoni iżda ma tħallasx flus immedjatament, dan il-kont jintuża ta' spiss.
Kontijiet Riċevabbli	Ammonti dovuti lil kumpanija. Għalkemm l-oġġetti jew is-servizz ġew ikkonsenjati u aċċettati, il-ħlas għadu ma sarx.
Karta tal-Bilanċ (Dikjarazzjoni tal-Pożizzjoni Finanzjarja)	Rekord tal-assi, l-obbligazzjonijiet u l-ekwità kollha ta' kumpanija. Karta tal-bilanċ hija rekord ta' ċertu perjodu finanzjarju. Il-komponenti ta' karta tal-bilanċ huma rrapportati fl-ordni li jidhru fuq il-karta peress li l-ekwazzjoni tal-kontabilità bażika hija assi = obbligazzjonijiet + ekwità.
l-Ekwazzjoni Bażika tal-Kontabilità	Assi = obbligazzjonijiet + ekwità Il-baži kemm għaż-żamma tal-kotba b'entrati doppji kif ukoll għall-kontabilità nnifisha hija din il-formula. Wieħed mill-għanijiet ewlenin taż-żamma tar-rekords finanzjarji huwa li jiġi żgurat li din l-ekwazzjoni tkun ibbilanċjata. Ir-rappreżentazzjoni grafika ta' din l-ekwazzjoni hija karta tal-bilanċ.
Flus kontanti	Klassi ta' assi li tinkludi kemm strumenti finanzjarji tradizzjonali bħal flus kontanti u dawk diġitali bħall-ammont f'kontijiet bankarji. Huwa l-aktar assi likwidu.
Debitu (Dr)	Il-kolonna tal-lemin ta' kont T, l-aktar bażika tiegħu. Bl-użu tal-ekwazzjoni kontabilistika fundamentali, dan li ġej iseħħ meta tiġi rreġistrata tranżazzjoni fuq in-naħa tal-kreditu: Tnaqqis fl-assi u l-ispejjeż, Żieda fid-Dħul, l-Obbligazzjonijiet u l-Ekwità

Debitu (Dr)	<p>Il-kolonna tax-xellug ta' 'kont T fl-aktar bażiku tagħha. Fl-ekwazzjoni kontabilistika fundamentali, dan li ġej iseħħ meta tiġi rreġistrata tranżazzjoni fuq in-naħa tad-debitu:</p> <p>Kemm l-assi kif ukoll l-ispejjeż jiżdiedu, id-dħul, l-obbligazzjonijiet u l-ekwità kollha jonqsu.</p>
Iż-Żamma tal-Kotba tad-Dħul Doppju	<p>Teknika ta' kontabilità fundamentali li titlob ir-reġistrazzjoni doppja ta' kull tranżazzjoni. Kull żieda għandha tnaqqis korrispondenti, u kull debitu għandu kreditu ekwivalenti. Din il-"verifika doppja" tgħin biex jinstabu żbalji u tinżamm l-istabbiltà tal-ekwazzjoni kontabilistika fundamentali.</p>
Dikjarazzjoni jiet Finanzjarji	<p>Dokumenti li jagħtu dettalji dwar il-pożizzjoni finanzjarja ta' kumpanija. Il-karta tal-bilanċ, ir-rapport tal-profitt u t-telf, u r-rapport tal-flussi tal-flus huma t-tliet rapporti finanzjarji primarji.</p>
Qligh	<p>Il-profitt jiddeskrivi l-benefiċċju finanzjarju realizzat meta d-dħul iġġenerat minn attività ta' negozju jaqbeż l-ispejjeż, l-ispejjeż, u t-taxxi involuti fis-sostenn tal-attività inkwistjoni. $\text{Profitt} = \text{Dħul} - \text{Spejjeż}$</p> <p>Qligh nett huwa l-ammont ta' 'flus tan-negozju tiegħek taqla' wara li tnaqqas l-ispejjeż operattivi, l-imgħax, u t-taxxa fuq perjodu partikolari ta' żmien. Huwa l-profitt attwali wara li jkunu tħallsu l-ispejjeż tax-xogħol mhux inkluzi fil-kalkolu tal-profitt gross.</p>
Fattura	<p>Rekord tal-ispeċifitajiet ta' bejgħ jew xiri bejn xerrej u bejjiegħ. Tipikament, dan jiġi ma' talba għall-ħlas sa ċerta data futura.</p>
Inventarju	<p>Assi kurrenti li qed jistennew li jinbiegħu, pereżempju prodotti artigjanali.</p>
Ċiklu ta' tħaddim	<p>l-ammont ta' żmien li jieħu biex kumpanija tikkonverti l-inventarju tagħha fi flus kontanti.</p>
Pagi	<p>Il-flus dovuti lill-impjegati ta' kumpanija f'pagi, salarji, u forom oħra ta' remunerazzjoni. It-taxxi fuq il-pagi u taxxi oħra li jinżammu huma inkluzi wkoll.</p>

ĠESTJONI FINANZJARJA TA' INĠENJU

MIKRONEGOZJU

Ikun xi jkun id-daqs tal-kumpanija, il-ġestjoni finanzjarja tajba hija l-pedament tal-intrapriża kollha ta' suċċess. Anke negozji ta' 'suċċess u possibbilment profittabbli se kollass mingħajr dan. Intraprenditur tas-sinjra' għandu jkun jaf kif jimmanigġja u jsegwi l-fluss tal-flus tan-negozji ż-żgħar u jimplementa l-ippjanar u t-tbassir finanzjarju.



L-ammont ta' 'flus li flussi fi u jhalli n-negozju tiegħek matul ċertu perjodu ta' żmien huwa magħruf bħala fluss ta' 'flus. Jekk inti tixtieq li jibqgħu fin-negozju, irid ikollok "fluss ta' 'flus pożittiv," li huwa meta ikollok mħallsa aktar milli inti jonfqu. Jekk il-kumpanija tiegħek għandha biżżejjed likwidità, tkun tista' tħallas id-djun tagħha fil-ħin u tkopri kwalunkwe spiza mhux prevista. Jista' jkun hemm żminijiet meta jkollok "fluss ta' 'flus negattiv," pereżempju, jekk inti tixtri biċċa ġdida ta' tagħmir, jew jekk il-ħlas ta' klijent huwa skadut. Biex tikkumpensa għal dan in-nuqqas ta' fluss ta' 'flus, jista' jkollok isserraħ fuq overdraft bankarju jew self għal żmien qasir. Iżda sakemm il-fluss tal-flus negattiv ġie antiċipat u l-kumpanija tiegħek jirritorna għal pożizzjoni ta' 'likwidità pożittiva, m'għandux joħloq kwistjoni sinifikanti għan-negozju żgħir tiegħek. Tipikament, il-fluss tal-flus jiġi mmonitorjat matul perjodu ta' rapportar predeterminat, bħal xahar, trimestru, jew sena.

X'tista' tagħmel, allura, biex tevita li l-kumpanija tiegħek tfalli u tfalli?

Tagħmel dikjarazzjoni tal-fluss tal-flus u l-projezzjoni huwa l-akbar metodu biex iżommu verifika mill-qrib dwar kemm il-flus qed jidhlu u joħorgu mill-kumpanija tiegħek. Tista' tqabbel il-fluss tal-flus previst kull xahar tiegħek mal-fluss tal-flus attwali tiegħek fix-xahar bl-użu ta' dawn ir-rekords finanzjarji bażiċi ħafna. Dawn il-jiem, dikjarazzjoni tal-fluss tal-flus għandu jkun wieħed mir-rapporti regolari fis-software tal-kontabilità tiegħek. Jekk le, inti tista' faċilment tibni dawn id-dokumenti fuq tiegħek stess mingħajr ebda għarfien tal-kontabilità minn qabel jekk meħtieġ.

I-għażla ta' termini ta' ħlas adegwati hija pass kruċjali fil-ġestjoni tal-ħruġ tal-fluss tal-flus għan-negozju żgħir tiegħek. Ħafna kumpaniji li jbigħu direttament lill-konsumaturi jaċċettaw il-ħlas minnufih.

Min-naħa l-oħra, l-estensjoni tal-kreditu lill-klijenti u lill-klijenti tista' tkun strategija ta' suċċess għall-ġenerazzjoni ta' negozju ġdid u t-trawwim tal-fiduċja, iżda se jkollha wkoll effett immedjat fuq il-fluss tal-flus tiegħek.

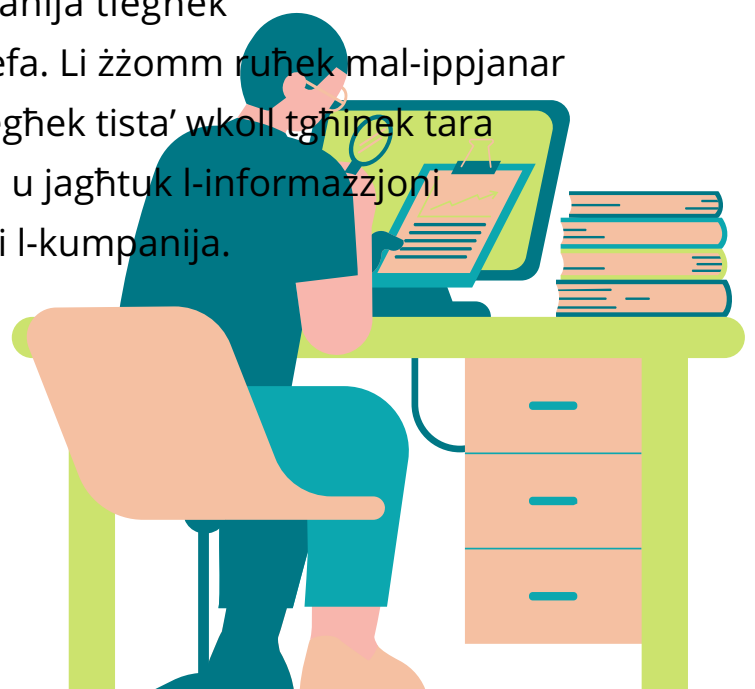
Hemm ukoll il-kwistjoni li għaddejja bħalissa ta' ħlasijiet tard li għandhom jiġu kkunsidrati. Huwa importanti li tikkunsidra kif inti tista' ttejjeg lill-klijenti tiegħek biex jagħmlu ħlasijiet fil-ħin minhabba li ħlasijiet tard hu sors ewlieni ta' kwistjonijiet ta' fluss ta' flus.



In-negozji ż-żgħar iridu jkunu picky dwar min jikru u jmexxu verifika tal-kreditu fuq il-klijenti potenzjali qabel ma jaqblu li jittrattawhom. Huwa jieħu rieda qawwija li tirrifjuta kuntratti godda prospettivi bbażati fuq verifika tal-kreditu, iżda dan jista' jkun l-aħjar haġa għall-kumpanija tiegħek. Jekk wieħed jassumi klijent prospettiv għandu storja ta' 'kreditu kbira u int lest li jipprovdi l-prodotti jew is-servizzi tiegħek, il-pass li jmiss huwa li tiżgura li huma konxji tal-kundizzjonijiet li taħthom inti lest li twettaq in-negozju. Għalkemm l-ewwel tista' taqbel dwar it-termini tal-ħlas tiegħek verbalment, għandek tiżgura li l-ftehimiet verbali jiġu segwiti minn ftehimiet bil-miktub li huma assolutament ċari dwar it-termini tal-ħlas.

Il-bini ta' relazzjonijiet ma' dawk li se jkunu qed jagħmlu l-pagament huwa dejjem tajjeb peress li jnaqqas il-possibbiltà ta' dewmien fil-ħlas. Id-dewmien jista' jiġi minimizzat billi jiġi żgurat li l-fattura tkun twasslet fil-post xieraq u jkollha l-informazzjoni rilevanti kollha. Hija wkoll idea tajba li tinvestiga dwar dewmien potenzjali fil-ħlas qabel ma tissottometti l-fattura minħabba li ħafna individwi se jagħmlu kull sforz biex iżommu l-wegħda tagħhom.

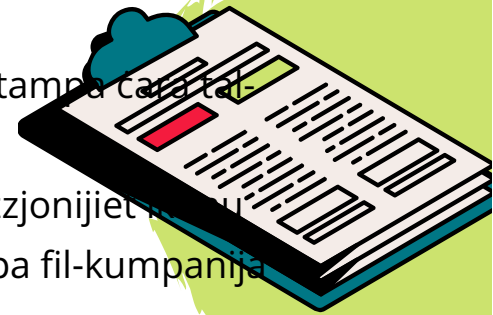
Fi kwalunkwe negozju żgħir, id-dokumenti finanzjarji huma essenzjali. Dawn jistgħu jintużaw għal varjetà ta' 'affarijiet, inkluż id-dħul intern u l-intraċċar tal-infiq u li juru l-kumpanija tiegħek il-vijabbiltà għall-investituri u s-selliefa. Li żzomm ruħek mal-ippjanar finanzjarju u r-riformulazzjonijiet tiegħek tista' wkoll tgħinek tara problemi possibbli qabel ma jseħħu u jagħtuk l-informazzjoni għandek bżonn tiddeċiedi kif tmexxi l-kumpanija.



Hemm erba 'dokumenti ewlenin ta' ppjanar finanzjarjuu tbassir li qattsid ta' 'negozju żgħir għandu jipproduci u jzomm regolarment.

Dawk id-dokumenti huma:

1. Karta tal-bilanċ: Karta tal-bilanċ tipprovdilek stampa attwali tas-sitwazzjoni finanzjarja tal-kumpanija tiegħek fi kwalunkwe ħin partikolari. Hemm tliet komponenti għal karta tal-bilanċ: assi, obligazzjonijiet, u ekwità. Il-valur nett tal-kumpanija tiegħek jista' dejjem jiġi determinat bl-użu ta' dawn it-tliet biċċiet ta' data finanzjarja. Bilanċ pożittiv fuq il-karta tal-bilanċ jindika li n-negozju żgħir tiegħek huwa bbażat fuq bażi soda prinċipji finanzjarji. Il-karta tal-bilanċ tipprovdli wkoll stampa ta' bilanċ finanzjament tan-negozju lil barra partijiet bħall-bank u l-investituri potenzjali. L-obbligazzjonijiet jistgħu jkollhom jiskopri jiswew aktar jekk ma jkollokx il-kapital biex tipparteċipa fil-kumpanija stess (ekwità).



2. Dikjarazzjoni tal-qligħ u t-telf: L-introjtu u l-ispejjeż annwali tan-negozju huma miġbura fil-qosor f'rapport tal-qligħ u t-telf. Inti tista' tiddetermina tiegħek profitt jew telf nett għall-perjodu ta' żmien bl-użu ta' dawk in-numri.

Il-kapaċità tiegħek li ssegwi l-profittabbiltà tiegħek maż-żmien u, aktar importanti minn hekk, tidentifika l-punt ta' ekwilibriju tiegħek (l-ammont ta' dħul meħtieġ biex ikopri l-ispejjeż operattivi kollha) jiddependi fuq iż-żamma ta' dikjarazzjoni preċiża tal-profitt u t-telf.





3. **Dikjarazzjoni tal-Flus Kontanti:**

Dikjarazzjoni tal-fluss tal-flus turi kemm jiġu flus u joħroġu mill-operazzjonijiet tal-kumpanija tiegħek matul perjodu ta' żmien partikolari, normalment xahar jew kwart. Dan jippermettilek tiżgura li jkun hemm biżżejjed flus fil-kumpanija biex tmexxiha b'suċċess fuq bażi ta' kuljum u tiegħu azzjoni qabel ma jinqalgħu kwistjonijiet.

.

4. **Break Anki analiżi:** In-numru ta' unitajiet inti trid tbiegħ jew l-ammont ta' dħul inti trid tiġgenera huma determinati bl-użu ta' analiżi breakeven. Huwa komuni għan-negozji ż-żgħar li jesperjenzaw telf fis-snin bikrija tal-operat tagħhom.

Min-naħa l-oħra, jekk kumpanija tonqos milli tagħmel qligħ anke fuq perjodu itwal ta' żmien, din tista' ma tkunx finanzjarjament sostenibbli. Billi tikkalkula l-punt breakeven, inti tista' tevalwa espansjoni tan-negozju possibbli jew proġett gdid u jiddeterminaw jekk l-ipprezzar tiegħek huwa għoli wisq jew l-ispejjeż tiegħek huma baxxi wisq.



KIF TIBBAĠITJA TIEGĦEK

PRODOTT

Għandek bżonn fondi biex tiżviluppa prodott jew servizz ġdid peress li l-isforzi tiegħek mhumiex b'xejn. Jekk għandek strategija, intiser ikollok il-flus li għandek bżonn. Eżamina l-fażijiet ta' tnedija u jistma l-infiq għal kull fażi sabiex inti tista' tiffinanzja l-isforzi tiegħek sakemm il-prodott jew servizz jiġġenera profitt. Hemm erba' fażijiet li għandek bżonn tanalizza sabiex tiddefinixxi l-baġit finali għall-prodott tiegħek: żvilupp, produzzjoni, promozzjoni, u baġit ta' kontingenza.



Il-prezz tal-ħolqien tal-prodott jew tas-servizz il-ġdid tiegħek għandu jġi stmat. Iddetermina l-ispejjeż il-ġodda tal-pagi għall-ħaddiema li se jiddisinjaw jew jipproduċu l-prodott. Bħala illustrazzjoni, jekk qed tagħmel prodott ġdid, trid aktar persunal tal-produzzjoni kif ukoll supervizuri biex jistabbilixxu standards ta' kontroll tal-kwalità u protokoll. Inti trid tiddetermina l-ispiża attwali qabel ix-xiri ta' prodott eżistenti biex ibiegħu mill-ġdid, kif ukoll jekk għandek bżonn biex jedukaw salespeople biex ibiegħu. Ikollok bżonn aktar nies biex jagħtu servizz ġdid, u inti se jonfqu flus taħriġ tim tal-bejgħ tiegħek biex jipromwovu s-servizz il-ġdid. Il-preparazzjonijiet kollha meħtieġa qabel ma fil-fatt iniedu l-prodott jew is-servizz il-ġdid fis-suq huma inklużi fil-kunsiderazzjonijiet tal-ispejjeż tiegħek għall-istadju tal-iżvilupp.



EStabbilixxi baġit għall-produzzjoni tal-oġġetti jew is-servizz godda tiegħek. Servizz jeħtieġ pr oduzzjoni fis-sens li għandek bżonn biex tistma kemm se tiswielek biex takkwista l-kompjuters, is-softwer, it-tagħmir, l-ispejjeż tal-ivvjagġar u l-għarfien espert meħtieġa. A prodott li tipproduci se jkollhom bżonn provvisti, .

Il-merkanzija ordnata trid tinħażen, tintbagħat, tigi kkonsenjata u ppakkjata. Il-fażi tal-produzzjoni tiegħek tinkludi l-attivitajiet kollha involuti fil-kisba ta' prodott lest li jista' jingħata lil konsumatur jew fil-produzzjoni ta' servizz li jistgħu jużaw minnufih. Barra minn hekk, trid tibbaża l-istimi tiegħek għall-manifattura tal-oġġetti jew is-servizz tiegħek fuq aspettattiva tal-livell tad-domanda.

L-ispejjeż tal-marketing għandhom jiġu inklużi fil-baġit tiegħek. Għandek sejha klijenti potenzjali, jinvestu fis-sinjali, tippubblika stqarrijiet għall-istampa, u jippromwovu.

Jistabbilixxu t-taħlita ta 'strategġiji ta' kummerċjalizzazzjoni inti ser jimpjegaw u l-ispiża ta 'kull oponent c marketing.

Anke n-netwerking soċjali jista' jkun għali jekk ikollok bżonn timpjega professjonist fil-pjattaformi tal-midja soċjali.



Aħseb dwar l-ispejjeż potenzjali assoċjati ma' eventwalitajiet differenti. Jekk il-bejgħ tal-prodott tiegħek jaqbeż l-aspettattivi tiegħek, ser ikollok bżonn flus biex tixtri jew tagħmel aktar. Jekk servizz ġdid jintlaqa' tajjeb, jista' jkun hemm bżonn ta' aktar impjegati u riżorsi. Trid baġit għall-ispejjeż tal-manifattura mill-ġdid jew prospetti bejjiegħ jekk inti tbatì minn rata għolja ta' ritorni fuq prodotti ġodda. Jista' jkun li jkollok bżonn tagħti s-servizz mill-ġdid mingħajr ebda spiża żejda għall-konsumatur jekk dan ma jkunx ta' standard baxx. Aġmel baġit ta' kontingenza li se twettaq inti permezz tal-proċess ta' aġġustament kif inti figura kif tipprovi l-oġġetti jew is-servizz ġodda tiegħek u jiksbu ostakli fil-passat fis-suq.



Il-baġit globali tiegħek għal oġġett jew servizz ġdid ikopri l-ispejjeż kollha, mill-ħolqien permezz tad-distribuzzjoni. Din is-somma se tkun ħafna aktar mill-ispejjeż diretti relatati mal-produzzjoni jew l-akkwist tal-prodott, kif ukoll il-prezz tal-għoti ta' servizz ġdid. Fil-fatt, inti tista' tiskopri li għandek bżonn biex tingħata spinta lill-margini ta' profitt tiegħek biex tħallas għal tħassib mal-klijent servizz, marketing, u l-iżvilupp tal-prodott. Il-baġit kollu tiegħek jgħinek tiddetermina kemm għandek bżonn tħallas sabiex tkopri l-ispejjeż u tagħmel profitt.

I-IŻVILUPP TA'

POLITIKA

Politika hija sett dokumentat ta' kuncetti jew strategiji użati fit-teħid tad-deċiżjonijiet. Għandu jkollok regoli finanzjarji sodi u proċessi fis-seħħ qabel ma tagħmel l-ewwel tranżazzjoni tiegħek jew tikri l-ewwel impjegat tiegħek. Kull politika finanzjarja għandha taħdem biex iżżomm il-finanzi tal-kumpanija tiegħek stabbli. I-għan ġenerali ta' kull politika finanzjarja huwa li tiggarrantixxi li l-kumpanija jkollha biżżejjed fondi biex tkompli topera. Politika finanzjarja tiżgura li r-rizorsi jintużaw b'mod effettiv u effiċjenti u li jiġu osservati l-aħjar Prattiki fil-kontabilità. Politika finanzjarja ċara tista' wkoll tiproteġi lill-ħaddiema minn kwalunkwe periklu finanzjarju li jista' jinqala' fin-nuqqas ta' regoli. Lista ta' politiki u proċessi finanzjarji li għandek timplimenta hija pprovduta hawn taħt:

1. Diviżjoni tad-Dazji: Stabbilixxi min għandu aċċess u huwa responsabbli għaž-żamma tad-dokumenti finanzjarji tal-kumpanija tiegħek.
2. Awtorizzazzjonijiet: Min hu awtorizzat jiffirma kontrolli korporattivi? Is-sid jista' jkun l-unika persuna fuqu, jew jista' jinkludi wkoll persunal importanti wieħed jew aktar. Tkun xi tkun inti tagħzel, inkluż l-użu karta ta' kreditu u debitu f'dik il-politika. Wieħed iżomm f'moħħu li kwalunkwe alterazzjonijiet għal kont ta' kontroll jew tfaddil jeħtieġu permess.
3. Riċevuti/Proċeduri ta' Hlas: Meta l-flus jiġu riċevuti fi flus kontanti, ħares lejn karti ta' kreditu jew trasferimenti elettronici biex issir taf min irċieva dan u kif ġie dokumentat. Oħloq sistema ta' kontrolli u bilanċi biex tiżgura li l-ebda impjegat ma jkun qed jopera waħdu.



4. Pagi: Agħti persuna waħda responsabbiltà għall-ħolqien, il-preservazzjoni, u l-protezzjoni fajls impjegati. Inkludi dettalji dwar min jipproċessa l-pagi, iżomm rekord tal-vaganzi u l-ħin tal-mard, u eventwalment jiffirma l-kontrolli.

1.11-Bejjiegħa l-Ġodda: Dawn ir-regolamenti jipprovdu struzzjonijiet dwar kif fornituri ġodda għandhom jiġu approvati u min għandu jkollu aċċess għalihom. Flimkien mad-definizzjoni ta' passi speċifiċi għal stabbiliment ġdid tal-bejjiegħ, dan jindirizza wkoll il-kundizzjonijiet u l-awtorizzazzjonijiet tal-ħlas.

In-negozju tiegħek se jiddetermina r-regoli u l-proċeduri li għandek bżonn. Ikkunsidra l-oqsma ewlenin tal-kumpanija tiegħek fejn linji gwida konsistenti jkunu ta' benefiċċju. Xi regoli u proċeduri li għandek tikkunsidra huma:

- Liema tipi ta' impjegi jistgħu japprovaw azzjonijiet ta' negozju differenti
 - Meta u kif toħloq kontijiet bankarji ġodda bejjiegħa ġodda u l-għażla tagħhom
 - Klijeti ġodda u l-ġestjoni tagħhom Xiri u xiri, bħal kif tiddeċiedi meta jixtru materjali, makkinarju, u hażniet Ġbir ta' dejn Pjanijiet ta' sigurtà u ġestjoni tar-riskju
 -
 -

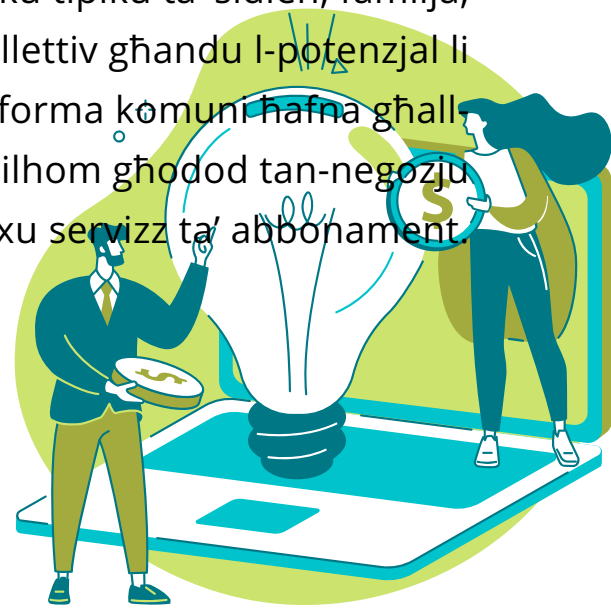


FINANZJAMENT

OPPORTUNITAJIET

F'xi punt, x'aktarx ikollok b'zonn tfittex finanzjament tan-negozju matul it-
tkabbir tan-negozju żgħir tiegħek, kemm jekk huwa biex tindirizza t'ħassib
dwar il-fluss tal-flus għal żmien qasir jew biex tiffinanzja l-espansjoni tal-
kumpanija tiegħek fuq perjodu itwal ta' żmien. Skont it-tip ta' kumpanija
tiegħek, id-diffikultajiet speċifiċi li tiffaċċja, jew iċ-ċansijiet li tixtieq taħtaf,
hemm varjetà ta' għażliet ta' finanzjament tan-negozju aċċessibbli għalik.
Hemm diversi modi ta' finanzjament mikrointrapriża ingenuju tiegħek,
tradizzjonali u alternattiva, li se jiġu pprezentati hawn taħt.

1. Self Bankarju: Is-self bankarju tradizzjonali għadu wieħed mis-sorsi
l-aktar popolari ta' finanzjament tad-dejn għan-negozji ż-żgħar u n-
negozji godda. Din l-għażla hija adattata għal negozju li għandu
relazzjoni tajba mal-bank tiegħu, storja ta' kreditu soda u każ ta' negozju
konvinċenti. Għandek riċerka tipi self, termini, u rati ta' imgħax bir-
reqqa biex isibu l-ftehim l-aktar xierqa għalik.
2. Finanzjament kollettiv: Il-finanzjament kollettiv huwa l-prattika tal-użu
ta' somom modesti ta' flus minn ħafna nies biex jiffinanzjaw negozju
gdid. Il-finanzjament kollettiv juża l-midja soċjali u s-siti web tal-
finanzjament kollettiv biex jgħaqqad l-investituri u l-intraprendituri. Billi
tkabbar il-pool ta' investituri barra ċ-ċirku tipiku ta' sidien, familja,
u l-kapitalisti ta' riskju, il-finanzjament kollettiv għandu l-potenzjal li
jagħti spinta lill-intraprenditorija. Pjattaforma komuni ħafna għall-
kreaturi tal-kontenut hija Patreon, li tipprovdihom għodod tan-negozju
biex imexxu servizz ta' abbonament.



3. Kapital ta' Riskju: Investituri professjonali magħrufa bħala kapitalisti ta' riskju jagħmlu impenji finanzjarji sostanzjali għan-negozji bi skambju għal ishma. Sabiex tgħin lid-ditta tikber malajr u tirrealizza għust ir-redditu fuq l-investment tagħhom f'perjodu ta' żmien raġonevolment qasir, ħafna drabi jinvestu f'kumpaniji godda b'potenzjal sinifikanti ta' tkabbir. Kapitalisti ta' riskju spiss jipprovdu kemm flus u l-esperjenza, iżda inti trid tkun lesta li jċedu porzjon imdaqqa tal-kumpanija tiegħek.



4. Business Angels: Individwu privat li jinvesti direttament xi wħud mill-assi tiegħu f'kumpaniji privati li għadhom jibdew u li qed jespandu huwa magħruf bħala business angel.

Dawn huma tipikament individwi ta' valur nett għoli b'esperjenza ta' negozju preċedenti.

Business angels jistgħu jagħmlu investimenti individwali jew jipparteċipaw f'sindakati, fejn anġlu wieħed ħafna drabi jassumi l-pożizzjoni ta' tmexxija. Minbarra l-finanzjament, huma joffru kuntatti, għarfien espert fil-ġestjoni tal-kumpaniji, u talenti. Investituri anġli b'esperjenza huma konxji li jista' jkollhom jistennew għal redditu fuq l-investment tagħhom. B'riżultat ta' dan, dawn jistgħu jkunu provvista affidabbli ta' kapital "għorrief u paċenzjuż".



4. Mikrofinanzjament: Il-mikrofinanzjament huwa tip ta' finanzjament li, b'mod partikolari fid-dinja li qed tiżviluppa, għandu impatt kbir fuq l-intrapriži. Is-sidien tan-negożji fis-settur soċjali, li jista' ma jkollhomx aċċess għal finanzjament tradizzjonali, jiffaċċjaw sfidi ta' finanzjament partikolarment severi. Approċċ wieħed jista' jkun il-mikroself. Is-self tal-mikrofinanzjament isir biex jgħin lis-sidien tan-negożji ambizzjużi fil-generazzjoni tad-dhul, l-akkumulazzjoni tal-assi, il-ġestjoni tar-riskji, u l-issodisfar tal-ħtiġijiet bażiċi tagħhom. Sidien ta' negożji bi dhul baxx li jistgħu ma jkunux eliġibbli għal għażliet tipiċi ta' kreditu u self jista' jkollhom aċċess għall-finanzjament permezz tal-mikrofinanzjament. Self żgħir, jew mikroself, kontijiet ta' tfaddil, u kopertura tal-assigurazzjoni huma kollha tipi ta' prodotti mikrofinanzjarji (mikroassigurazzjoni).

5. Programmi ta' Finanzjament Nazzjonali: Kull pajjiż għandu l-istrategija nazzjonali tiegħu għall-iżvilupp, u joffri differenti tipi ta' finanzjament, ibbażati fuq l-għanijiet ta' kull strategija nazzjonali.

Dawk il-programmi qed jiġu ġestiti mill-Ministeru tal-Iżvilupp u l-Ministeru tal-Finanzi ta' kull pajjiż, kif ukoll minn organizzazzjonijiet privati oħra.



6. Programmi ta' Finanzjament tal-UE: L-għotjiet, l-istrumenti finanzjarji, is-sussidji, il-premjijiet tal-fondi fiduċjarji, u l-akkwisti huma xi eżempji tad-diversi forom ta' finanzjament. Ir-Regolament Finanzjarju tal-KE u s-sejħiet ġeneralment jirregolaw il-linji gwida ta' implimentazzjoni għall-forom kollha ta' finanzjament. Hemm diversi programmi ta' finanzjament tal-UE disponibbli għas-snajjja' u l-artiġjani, għall-kokreazzjoni, it-titjib tal-ħiliet, ir-residenzi u l-mobbiltà:

- Proġett ta' worthPartnershi p: Huwa appoġġjat mill-Kummissjoni Ewropea permezz tal-COSME, il-Programm tal-UE għall-Kompetittività tal-Intraprizi Żgħar u ta' Daqs Medju. Huwa l-uniku proġett fl-Ewropa fejn id-disinjaturi, il-SMEs, il-manifatturi, u l-kumpaniji tat-teknoloġija jikkollaboraw biex joħolqu ideat kummerċjali avvanzati u ffukati fuq id-disinn.

II- Korp Ewropew ta' Solidarjetà — Proġetti ta' Solidarjetà għall- Individwi:

Proġett ta' Solidarjetà huwa proġett ta' solidarjetà mingħajr skop ta' qligħ

- li ż-żgħażaġħ stess ifasslu, jiżviluppaw u jwettqu għal tul ta' żmien ta' bejn xahrejn u tnax-il xahar.

Erasmus għal IntraprendituriYoun g: Huwa programm ta' skambju transkonfinali li jippermetti

taspira lin-negozjanti żgħażaġħ biex jikkollaboraw ma' u jitgħallmu minn aktar nies tan-negozju mħawra li jmexxu intraprizi żgħar barra mill-pajjiż.

Edukazzjoni, Taħrig u Żgħażaġħ — Azzjoni Ewlenija 1, Proġetti ta'

mobbiltà: l-għan fundamentali ta' dawk il-proġetti huwa li jgħinu lill-istudenti jiksbu informazzjoni, ħiliet, u attitudnijiet, inkluża l-profiċjenza fil-lingwa. L-impjegabbiltà tagħhom se tiżdied, u l-prospetti tal-karriera tagħhom fis-suq tax-xogħol se jitjiebu.

- Kultura Ċcaqlaq I-Euro: Billi l-artisti u l-professjonisti kulturali jkunu jistgħu jaħdmu, iwettqu u jikkoprođu lil hinn mill-fruntieri, Culture Moves Europe għet żviluppata biex iżżid l-opportunitajiet ta' mobilità, trawwem kollaborazzjonijiet internazzjonali, u tiftaħ opportunitajiet ta' karriera. Dan jagħtihom aċċess għal swieq godda, jgħinhom
- jigħbdu udjenzi jew segwaċi godda, u jsaħħaħ il-kollaborazzjonijiet internazzjonali. Startup-Europe (Orizzont Ewropa): Startup Europe hija inizzjattiva li tgħaqqad negozji godda b'teknoloġija għolja, negozji li qed jespandu, investituri, aċċelleraturi, netwerks korporattivi, universitajiet, u l-midja biex jithaffef it-tkabbir tax-xena Ewropea
- tan-negozji godda. Jibda l-programm (Orizzont Ewropa): Pjattaforma msejha S+T+ARTS taspira li tgħaqqad aħjar it-teknoloġija u l-prattika kreattiva sabiex tindirizza d-diffikultajiet soċjali, ambjentali u ekonomiċi li l-Ewropa qed tiffaċċja bħalissa. Permezz tal-kooperazzjoni tal-artisti, ix-xjentisti, l-inġiniera, u r-riċerkaturi, hija tippromwovi l-iżvilupp ta' teknoloġija aktar innovattiva, inkluziva u sostenibbli.

HORIZON EUROPE

REFERENZI

1. Mott, G. (2012). *Accounting for non-accountants: a manual for managers and students*. Kogan Page Publishers.
2. Tracy, T. C., & Tracy, J. A. (2021). *Accounting for dummies*. John Wiley & Sons.
3. Thomas-Bryant, K. (2021, May 31). *How to manage finances for your creative side business*. Sage Advice United Kingdom. <https://www.sage.com/en-gb/blog/creative-side-business-finances/>
4. *3 Best Methods to Remember Debits Credits Rules & T-Accounts*. (n.d.). <https://avers.com.au/Debit-and-Credit-Rules-T-Accounts/>
5. DePaul University. (2021, August 2). *Basic Accounting Terms Quick Guide*. Accountancy Master of Science (MSA) Online Program. <https://onlinemsa.depaul.edu/articles/basic-accounting-terms/>
6. Milano, S. (2021, June 2). *Do All Businesses Need a Production Plan?* Small Business - Chron.com. <https://smallbusiness.chron.com/businesses-need-production-plan-18152.html>
7. Krishnan, V. (2021, August 20). *How to Create a Small Business Budget in 8 Simple Steps* - Zoho Books. Essential Business Guides. <https://www.zoho.com/books/guides/how-to-create-a-realistic-business-budget.html>
8. Purnomo, B. R. (2019). Artistic orientation, financial literacy and entrepreneurial performance. *Journal of Enterprising Communities: People and Places in the Global Economy*.
9. *Managing Your Small Business Finances*. (n.d.). www.fdic.gov. <https://www.fdic.gov/about/diversity/sbrp/38.pdf>
10. Hirawati, H., Sijabat, Y. P., & Giovanni, A. (2021). Financial Literacy, Risk Tolerance, and Financial Management of Micro-enterprise Actors. *Society*, 9(1), 174-186.
11. *THE FINANCE TOOLKIT What Small and Medium Enterprises Need to Know*. (n.d.). sme.tax. <https://sme.tax/wp-content/uploads/2019/01/the-finance-tookit-2018-final.pdf>
12. *Nonprofit Financial Policy Guidelines and Example*. (n.d.). www.propelnonprofits.org. https://www.propelnonprofits.org/wp-content/uploads/2017/10/financial_policy_guidelines_and_example.pdf
13. Ioannidou, A. (n.d.). Euro-FEM Module 6 : Financial Planning. <https://www.slideshare.net/Athanasialoannidou/eurofem-module-6-financial-planning>

**KWISTJONIJET TA'
NETWERKING ONLAJN**

GĦODOD DIĠITALI

GĦALL-KOMUNIKAZZJONI U L-KOLLABORAZZJONI

Id-diġitalizzazzjoni hija lkoll madwarna. Sabiex ikun hemm kontribut sħiħ għal soċjetà diġitali huwa meħtieġ li jkun hemm il-ħiliet diġitali t-tajba u l-għarfien dwar l-għodod diġitali t-tajbin. Huwa biss f'dak il-mument li tkun tista' tikkomunika u tikkollabora b'suċċess. It-teknoloġiji diġitali għandhom post importanti fl-innovazzjoni, jikkontribwixxu għall-bidla, joffru flessibbiltà, iżda wkoll trasparenza, kif ukoll joħolqu soċjetà aktar moderna. Peress li s-Setturi Kulturali u Kreattivi (CCS) huma fost dawk innovattivi, in-nuqqas ta' ħiliet diġitali fl-industriji kreattivi se jirriżulta f'nuqqas ta' sensitività għal kulturi li qed jinbidlu. Għalhekk, l-għodod diġitali jagħtu possibbiltajiet godda, iżda huma wkoll sfida. Barra minn hekk, b'ammonti kbar ta' data u aktar utenti online, inti bħala sengħa tista' tibbenefika mill-iskambju tal-għarfien, tibda, tikkollabora jew sempliciment tikkomunika ma' oħrajn permezz ta' għodod diġitali. B'mod speċjali l-kollaborazzjoni kibret fl-importanza biż-żieda fix-xogħol mill-bogħod u s-sogġorn konness irrispettivament mill-post. Is-sitwazzjoni pprovdiet ukoll għal aktar flessibbiltà u żieda fl-użu tat-teknoloġija żgurat li d-distanza ma għadhiex restrizzjoni għall-komunikazzjoni.

Meta taħseb dwar il-komunikazzjoni, huwa dwar li toqgħod f'kuntatt.

Meta taħseb dwar il-kollaborazzjoni, hija dwar il-qsim tar-riżorsi, il-kooperazzjoni u l-ispirazzjoni ta' oħrajn.

Iżda x' għodod digitali tista' tuża għall- komunikazzjoni u l- kollaborazzjoni?

Xorta waħda mill - għodod digitali l- aktar bażiċi li għandek tuża hija l - email,

peress li llum kulhadd għandu email. Huwa rakkomandat li jkollok fornitur tal- posta tal- web, bħal Gmail,peress li inti digà se jkollhomaċċess għal prodotti oħra Google li jistgħu jappoġġjaw l-attività professjonali tiegħek, eż, Folji Google għall-kalkoli, Google Ritratti għall- hażna stampi tiegħek, Google Meet għal sejhiet online jew il-YouTube magħrufa sew li jaġixxi bħala pass li jitkellem lill-klijenti potenzjali tiegħek. Il- kont Google huwa wkoll ta 'benefiċċju b'tali mod li inti tista' tużah għall- verifika fuq portali online oħra. Madankollu, l-email mhijiex għodda digitali għal rispons immedjat. Għal rispons immedjat tista 'tuża WhatsApp,Skype jew Messenger, il - mument soluzzjonijiet ta' messagġi.

Filwaqt li inti tista 'tuża dawk imsemmija qabel ukoll għall-vidjokonferenza, some eżempji oħra huma Ikklikkja laqgħa, Zoom jew Timijiet Microsoft.



Għodod utli għall- kondivizjoni tad- dokumenti huma Dropbox u WeTransfer.



Kont taf?

Flickr, YouTube, Wiki pedia, u Facebook kienu l-ewwel kanali diġitali għall-ħolqien u l-kondiviżjoni ta 'kontenut iġġenerat mill-utent, bil-preżunzjoni fl-2005 li l-użu tal-internet sar aktar soċjali u komunali. L-internet ma baqax midja ġdida fl-2007, ġie "disturbat" mill-iPhone, u fl-2022 aktar minn nofs it-traffiku tal-Internet kien fuq apparat mobbli (60.66 %).

Smajt dwar l-għodod tal-intranet soċjali?

Il-komunikazzjoni diġitali hija appoġġata wkoll mill-hekk imsejġha għodod tal-intranet soċjali. Dawn l-għodod diġitali jinkludu blogs, forums, wikis, u huma maħsuba biex iżidu l-kollaborazzjoni.

Il-blogs joffru kontenut aktar personalizzat meta mqabbel ma' websajts jew artikli ta' gazzetta. Permezz blogging inti tista 'tindirizza ħtiġijiet speċifiċi, qsim perspettiva tiegħek stess jew jillocalizza l-prodott tiegħek. A blog craft jista 'jservi bħala gwida jew ispirazzjoni (blogs snajja DIY), filwaqt li wkoll tkun pjattaforma għall-promozzjoni tax-xogħol tiegħek u netwerking ma' oħrajn.

Fora se jappoġġjaw il-komunikazzjoni u l-kondiviżjoni għarfien tiegħek f'forma test iqsar meta mqabbla ma 'blog post. Il-forums jistgħu jkunu wkoll pjattaformi biex jibdew ibiġġu prodotti tal-artiġjanat jew netwerk ma' snajja' oħra.

Il-wikis għandhom ir-rwol ta' għodda bbażata fuq l-għarfien u huma mibnija minn mistoqsijiet ta' ħafna mill-FAQs.



**Xi eżempji ta' għodod tal-intranet soċjali għas-
snajja':**

Spruce Crafts huwa eżempju ta' iġenju DIY u blog passatemp.

**Etsy Journal huwa blog biex jesploraw l-ideat, jixtru materjal u n-
netwerk ma crafters.**

**Craftvillageblog hija gabra ta' 'stejjer ta' snajja minn madwar id-dinja.
Id- dgħajjestal -hass huma komunità u forum online għas-snajja' u l-
ideat u l-pariri tad-DIY.**

Tista' 'ssib ideat biex tikseb ispirati biex toħloq blog tiegħek stess
esplorazzjoni tal- 80 blogs top fuqis- snajja (datat 2022),
billi jżuru l- blog post disponibbli taħt din il-link [URL:
<https://www.mavenart.com/blog/blogs-on-crafts/>].

I-għażla tal-għodod diġitali li se tkun qed tuża tiddependi wkoll mill-
forma ta' komunikazzjoni/kollaborazzjoni.

Komunikazzjoni intrapersonali, li lilu nnifsu, bl-użu sħab biex
jaħżnu fajls u Google Sheets, Ritratti, Kalendarju biex iżommu
rekords ta' 'data jew jimmaniġġjaw il-ħin.

Komunikazzjoni interpersonali, ma 'sħabhom u kollaboraturi mill-
qrib, bl-użu Google Drive biex jaqsmu dokumenti, li jkollhom
laqgħat online permezz ta' Microsoft Teams, Zoom jew Skype.

Komunikazzjoni tal-Grupp, bi 3 jew aktar nies, bl-użu ta
'soluzzjonijiet ta' qsim tal-cloud bħal Dropbox, WeTransfer jew
Google Drive, u kwalunkwe tip ta' 'pjattaforma ta' konferenzi bil-
vidjo.

Komunikazzjoni pubblika, meta tgħaddi l-informazzjoni lil udjenza
uża', permezz ta' għodod tal-intranet soċjali — fuq blogs jew fora.

Komunikazzjoni tal-massa, meta tkun involuta udjenza akbar u
permezz ta' diversi midja online, permezz ta' reklami jew l-internet.

Ftakar li m'għandekx tuża għodda digitali sempliċiment minħabba li hija disponibbli, iżda wara li tqis dak li għandek bżonnha. Imbagħad inti tista 'tiffoka fuq l-attività. Żomm f'moħħok ukoll ir-rekwiżiti, jekk għandek bżonn abbonament jew aċċess għall-internet, pereżempju. Mhux traskurati għandhom ikunu l-preferenzi ta' oħrajn, għalhekk id-disponibbiltà tal-għodda, u l-flessibbiltà tiegħek biex tadatta għall-kanali ta' komunikazzjoni li l-biċċa l-kbira tar-rappreżentanti tas-settur qed jużaw.

Il-Komunikazzjoni u s-Setturi Kreattivi Kulturali (CCS) huma interkonnessi

Dan ifisser li permezz tal-oġġetti tagħhom, il-forma tax-xogħol, id-disinn, il-kuluri, eċċ., is-snaġġa' jew l-artiġjani qed jikkomunikaw l-emozzjonijiet, is-sentimenti, l-opinjonijiet, l-interpretazzjonijiet tad-dinja ta' madwarhom, u l-għodod digitali jistgħu jappoġġaw il-proċess, b'aktar udjenza (jew ġdida) tiskopri dwarhom (u x-xogħlijiet tagħhom).



PJATTAFORMI ONLINE

GĦAN-NETWERKING MAL-ARTIĠJANAT U L-ARTIĠJANI

Il-pjattaformi online jiffacilitaw in-netwerking. Madankollu, meta tuża l-internet, għandek tkun konxju ta' xi regoli bażiċi magħrufa bħala n-netiquette, u dawn jinkludu l-użu ta' lingwaġġ rispettuż, mhux eskluż oħrajn, ir-rispett tal-privatezza tal-oħrajn, ir-reviżjoni tal-informazzjoni qabel ma tiġi ppubblikata, l-evitar tal-ispamjar, l-aġġornament tal-informazzjoni ppubblikata online (eż., fuq il-kontijiet tal-midja soċjali). Speċjalment għall -blogging inġenju hemm sett ta 'regoli li jsegwu:

Awto-promozzjoni biss fejn huwa aċċettabbli, li jfisser promozzjoni tax-xogħol tiegħek fuq is-siti ta 'oħrajn biss bl-aċċettazzjoni tagħhom. Dan l-aspett għandu jiġi kkunsidrat meta inti qed jaqsmu x-xogħol tiegħek fuq kanali tal-midja soċjali jew blogs popolari li jkollhom politiki tagħhom stess li inti għandek tkun taf u jsegwu.

Ibni l-lista tan-network crafty tiegħek permezzta' talba, li jfisser li ma tistax tiġbor id-data tas-segwaċi tiegħek jew tar-riċevituri tan-notifika mingħajr il-kunsens tagħhom minħabba l-GDPR.

Regolarment twieġeb għall-kummenti blog tiegħek. B'dan il-mod inti japprezza li oħrajn huma qari blog tiegħek, u inti wkoll bini tan-network tiegħek ta 'kuntatti.

U ftakar li tagħti kreditu għall-ħidma ta 'oħrajn inti qsim fuq il-blog tiegħek stess.





Wara l-netiquette, se tkun qed ittejjeb l-opportunitajiet ta' netwerking, "thares aktar professjonali" online.

Il-pjattaformi online l-aktar influwenti għan-netwerking huma s- siti tan-netwerking soċjali (SNSs). Jekk huwiex Facebook, Myspace, LinkedIn, inti tista 'tibni profil pubbliku, tara profili oħra u joħolqu netwerk ta' konnessjonijiet. Il-kontijiet huma b'xejn wara li jiġu stabbiliti l-profil. Bi profil tista' wkoll toħloq paġna taħt il-kategorija "Artiġjanat" jew "Arts & Crafts Store".

Pages > Create a Page
Create a Page
Your Page is where people go to learn more about you. Make sure yours has all the information they may need.

Page name (required)

Use the name of your business, brand or organization, or a name that helps explain your Page. [Learn More](#)

Category (required)
crafts

Crafts
Arts & Crafts Store

Source: Facebook

Tista 'wkoll jissieħbu gruppi differenti, kemm jekk huma fuq Facebook (eż Art u Snajja grupp pubbliku, Art & Craft Supplies — jixtru u jbiegħu grupp pubbliku, Craft Living Marketplace pubbliku grupp) u Pinterest (Craft Community għbir Bord), li netwerk ma crafters oħra jew biex tpoġġi tiegħek

PJATTAFORMI ONLINE

GĦALL-PREŻENZA ONLINE TAL-MIKRONEGOZJI U L-BEJGĦ TA' PRODOTTI PROPRI

It-teknoloġiji diġitali jagħmluha aktar faċli għas-snaġja' biex jippromwovu l-mikronegozju tagħhom, isibu xerreġja tal-merkanzija tagħhom u jkabbru n-netwerk ta' kuntatti tagħhom.

L-artiġjani jistgħu jiddeċiedu li jbigħu l-prodotti tagħhom fuq is-sit web personali tagħhom, kif ukoll jużaw pjattaformi ta' kollaborazzjoni diġitali u sistemi ta' ġestjoni tal-kontenut (CMS). L-għażla tiddependi fuq id-daqs tan-negozju, li inti tixtieq li jilħqu, l-iskop u xi kultant ukoll l-ispejjeż. A CMS se jgħinek biex iddawwar websajt eżistenti fi e-shop, tappoġġja l-introduzzjoni ta' 'karatteristiċi' ġodda, jimmaniġġjaw l-ordnijiet u jintegraw fornituri ta' pagament. Bil CMS is-sid ecommerce se tikteb, taġġorna u tippubblika kontenut fuq il-web mingħajr kodifikazzjoni, kemm jekk test, grafika jew tqassim pagna. Għalhekk, magħha, huwa aktar faċli li timmaniġġja u tbigħ prodotti jew servizzi, li jiġri direttament mis-sit tal-ecommerce tiegħek.

Eżempji popolari ta' 'pjattaformi tas-CMS tal-kummerċ elettroniku biex tesplora għall-mikronegozju tas-snaġja tiegħek:

- PrestaShop, jippermettilek li tiżviluppa mażen web mill-bidu nett, u huwa wkoll għażla tajba għall-jibdedew fil-kummerċ elettroniku jew dawk b'nuqqas ta' 'hillet ta' teknoloġija. OpenCart, għażla li se taħdem ukoll tajjeb għall-prinċipjanti tal-kummerċ elettroniku, soluzzjoni multifunzjonali ħielsa.



- **Wix**, għalkemm mhux CMS tal-kummerċ elettroniku, hija pjattaforma tal-bini tal-websajt għan-negozju online, speċjalment għall-prinċipjanti tal-kummerċ elettroniku u non-coders. Għażla oħra hija li tintuża pjattaforma online kondiviza (suq).
- **Etsy** huwa eżempju ta 'pjattaforma fejn il-produtturi tas-snaġġa' jistgħu joħolqu fronti tas-suq tagħhom stess, iżda wkoll isibu materjali u għodod rari li jippermettulhom joħolqu biċċiet uniċi. Etsy huwa suq għal oġġetti magħmulin bl-idejn.

Tgħallem kif twaqqaf negozju Etsy għall-bejgħ tal-prodott tiegħek online u skopri dwar xi pjattaformi online oħra għall-bejgħ tax-xogħol artigjanali u artigjanali online fil-modulu 3.

- **Bonanza**, bħala suq, għandha wkoll il-karatteristika li tirreklama l-prodotti tiegħek f'postijiet differenti, eż. **Google Shopping**, u hija alternattiva Etsy kost-effettiva.
- **EBay** huwa suq popolari ieħor u huwa bbażat fuq mudell irkant stil.
- **Shopify** huwa suq speċjalment għall-prinċipjanti tal-kummerċ elettroniku u n-negozji ż-żgħar.
- **Artpal**, gallerija online fejn inti tista 'tbiegħ ix-xogħol tiegħek kemm jekk huwa prints, pitturi, snaġġa jew xogħol artistiku ieħor.

Magħmul bl-idejn f' Amazon huwa eżempju ta 'suq, wieħed li huwa għal speċifikament prodotti magħmulin bl-idejn.



-
- **Society6** hija suq ieħor immirat lejn l-artisti u d-disinjaturi, li jiffunzjona wkoll bħala spazju komunitarju onlajn.
 - **Imħaddem min-Nies** huwa “is-suq bl-ingrossa għal xerrejja konxji.” — kif jiddeskrivu lilhom infushom fuq Instagram (**powered_by_people**), jikkoncentraw fuq dawk li jfasslu l-lottijiet żgħar, u l-impatt etiku, sostenibbli u soċjali.

Min isemmi huwa wkoll ArtFinder, suq tal-arti għall-konnessjoni artisti ma ‘xerrejja, pjattaforma li tappoġġja indipendenti artisti u arti awtentika magħmula bl-idejn

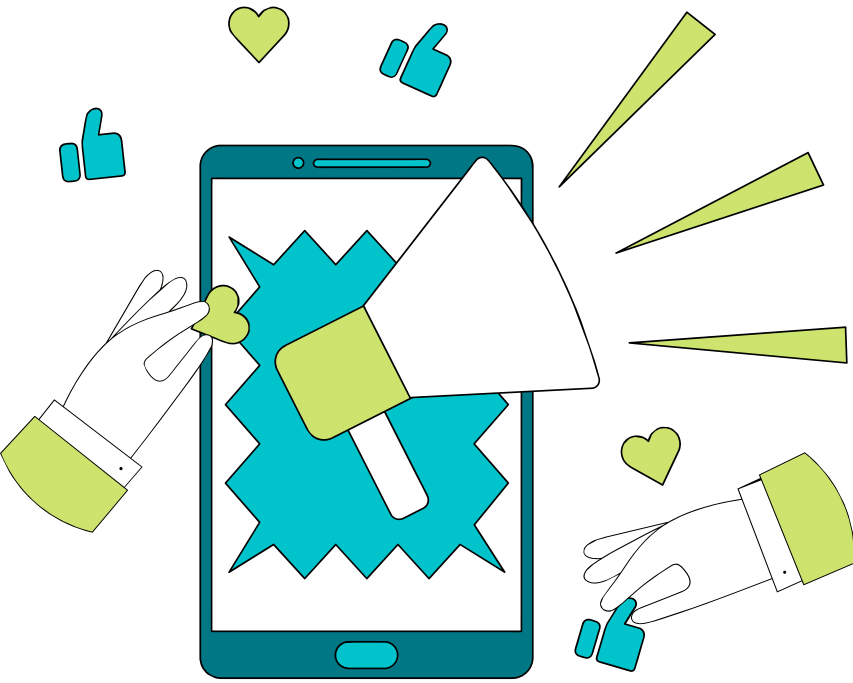
Siti irkant online bħal eBay u ħwienet online bħal Amazon sempliciment mexxa skambju kummerċjali tradizzjonali għall-isfera taċ-ċiberspazju.



Soluzzjoni oħra hija li tingħaqad ma’ sit web tal-finanzjament kollettiv u Kickstarter huwa eżempju. Tista’ taqsam l-ideat tiegħek ma’ komunità usa’ li tista’ tikkonnettja ma’ u ssib finanzjaturi għall-proġetti tiegħek stess. Il-pjattaforma tikkultiva l-kreattività li tappoġġja l-opportunitajiet ta’ netwerking għas-snajja’ minn madwar id-dinja kollha. Crowdsourcing min-naħa l-oħra hija soluzzjoni għas-sejba ta’ ideat godda, iżda inti tista’ wkoll tieħu l-vantaġġ li netwerk ma crafters oħra biex joħolqu inizjattivi reċiproċi. UPwork huwa eżempju ta’ pjattaforma fejn tista’ tikkollabora biex toħloq opportunitajiet ekonomiċi, u waħda li nbidlet ukoll f’suq. Filwaqt Threadless huwa għall crowdsourcing kreattività fost komunità artistika. Skopri dwar xi oħrajn, minbarra l-finanzjament kollettiv, l-opportunitajiet ta’ finanzjament fil-modulu 4.

IL-MIDJA SOĊJALI

GĦALL-PROMOZZJONI TAL-MIKRONEGOZJI



Il-midja soċjali tista' tnaqqas l-ispiza tal-promozzjoni tal-mikronegozji online. U jekk inti tixtieq li jippromwovu l-mikronegozju sengħa tiegħek online, inti għandek bżonn biex kaptan aktar minn midja soċjali waħda kanal.

Għaliex?

Il-midja soċjali hija għodda b'saħħitha, li tipprovoka l-attenzjoni, tikkawża reazzjonijiet, twissi dwar rilaxxi godda jew dwar oġġetti godda, iżda taqdi wkoll l-għan li ssegwi x-xejriet jew l-imgiba tas-suq — ta' individwi u gruppi.

Illumil-gurnata l-midja soċjali qed tintuża aktar ta' spiss biex jiżdied l-utent kontenut iggenerat.



Għalkemm l-ewwel kien Facebook u għalkemm kien imfassal għall-istudenti universitarji, issa hemm pjattaformi simili oħra li huma magħżula volontarjament, ukoll biex jappoġġaw attivitajiet mikronegozju. I-għażla tal-mezzi tal-midja soċjali għal skopijiet ta' negozju se tiddependi fuq it-tip ta' operazzjoni tan-negozju. Instagram jew Pinterest huma rakkomandati għal aktar "setturi viżivi" (arti, għamara, kulinari), filwaqt li YouTube jekk inti se tkun qed taqsam dimostrazzjonijiet vidjo tal-prodott tiegħek (assemblaġġ tal-prodott) jew streaming dirett avveniment, pereżempju. Il-kanal tal-midja soċjali l-aktar professjonali huwa LinkedIn. Hija utli wkoll fit-tiftix ta' impjeg — l-informazzjoni inkluża fil-profil tiegħek se titqies minn impjegaturi potenzjali u tista' tfittex l-offerti ta' impjeg fuq il-pjattaforma biex tapplika direttament għax-xogħol. Twitter huwa għal messagġi qosra b'massimu ta' 280 karattru. Filwaqt Facebook għadu pjuttost universali, kemm għan-negozju kif ukoll għall-profil personali.
Aktar tqabbil tal-kanali tal-midja soċjali...

- **Facebook** għandu l-aktar utenti attivi ta' kwalunkwe pjattaforma SM.
- **Instagram** huwa bbażat fuq ir-ritratti; SM aktar viżwali meta mqabbel ma' Facebook.
- **Pinterest** hija pjattaforma oħra ta' SM viżwali, iżda mhux biss għall-wiri ta' prodotti, iżda għall-bejgħ u x-xiri, ispirazzjoni għall-kummerċ elettroniku għas-settur kreattiv.
- **TikTok**, li jintuża l-aktar fuq l-smartphones u l-applikazzjoni l-aktar imniżżla fl-2020, huwa SM għall-kisba ta' għarfien, kwalunkwe prodott, servizz jew il-kisba. Jista' jkun ukoll kanal għat-twissija tendenza.



U smajt dwar il-Dots?

The Dots huwa LinkedIn għall-persuni kreattivi. Tista' tikkonnettja ma' persuni kreattivi oħra u tfittex kollaboraturi, minbarra li turi x-xogħol tiegħek, li tista' tagħmel ukoll.



Barra minn hekk, il-midja soċjali qed toħloq potenzjal ġdid għall-mikronegozji artigjanali, billi:

- il-bejgħ għall-bini tal-kummerċ elettroniku,
- iżżid il-valur biex tiżvela l-istejjer moħbija wara l- il-bini ta' udjenzi u netwerking biex sehem informazzjoni u rizorsi u il-promozzjoni ta' opportunitajiet kreattivi u kollaborattivi.

-

Konvinta?

Jekk it-twegiba tiegħek hija IVA, allura għandek tibda taħseb dwar l-istrategija tal-midja soċjali tiegħek.

Ibda mill-għażla tal-pjattaforma tal-midja soċjali li tixtieq tiffoka fuqha, sabiex tkun tista' titgħallem kif taħdem u tużaha b'mod effettiv. Staqsi lilek innifsek ftit mistoqsijiet:

Min hu l-udjenza fil-mira tiegħek?

Liema mezzi jintużaw mill-klijenti tiegħek?

X'tixtieq toħroġ mill-preżenza soċjali għall-mikronegozju tas-snajja tiegħek?

Kemm ħin tista' tiddedika għall-ġestjoni tas-SM?

Meta tagħmel l-għażla tiegħek, tgħallem kif tuża l-kanal, iddeċiedi dwar għodod addizzjonali li tista' tuża biex tiffranka l-ħin tiegħek, eż. postijiet ta' skedar.

Barra minn hekk, biex torbot ix-xogħol jew l-ideat tiegħek ma' oħrajn, oħloq assoċjazzjonijiet, ibda uża #hashtags — b'dan il-mod se tkun qed tiġġenera twassal. L-hashtags se jingħaqdu ma' prodotti simili (#pottery), servizzi (#moulding), avvenimenti (#craftevent), professjonijiet, u appoġġ għan-netwerking ma' oħrajn biex jaqsmu u jiskambjaw l-esperjenza jew joħolqu inizjattivi reċiproċi għall-promozzjoni ta' mikronegozji artigjanali. Għodda li se jgħinek ma 'dan huwa Hashtagify.

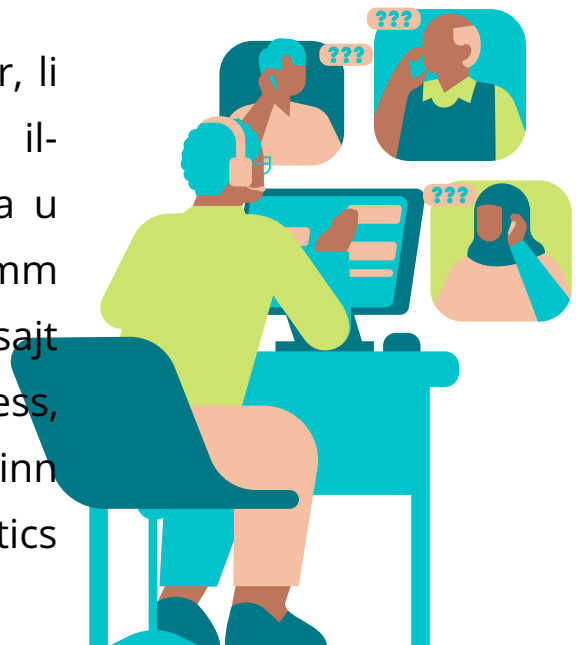
Mur fil-modulu 7 "Branding" biex issir taf dwar "Strategija ta' Interess Intelligenti", Tik Tok għall-mikronegozju kreattiv, Facebook Ad Success u vetrina tal-marka tiegħek fuq Instagram.

Issa, jekk għandek strategija tal-midja soċjali li għandek bżonn tkun taf kif tanalizza d-data miġbura permezz tal-midja soċjali. L-attivitajiet sempliċi qed josservaw likes riċevuti, kummenti, ishma u jiffranka, iżda l-pass li jmiss huwa monitoraġġ isemmi u diskussjonijiet ta' 'xogħol inġenju tiegħek. Fi kliem ieħor, inti ser tkun traċċar impenn. Google Analytics se jkun ukoll appoġġ siewi biex tara kemm traffiku għall-websajt tiegħek ġej mill-kanali tal-midja soċjali tiegħek.



Biex twaqqaf Google Analytics għandek bżonn biss kont Google. Idea tajba se tkun li jkollok kont separat għall-mikronegozju tiegħek, li se jagħmilha aktar faċli biex tittraċċa d-data tal-viżitaturi tal-paġna. Assi addizzjonali huwa li inti tista 'wkoll tiġbor data minn apps mobbli, taħt il-kundizzjoni li inti tagħżel din il-karatteristika. Ladarba tkun fuq il-paġna Google Analytics, idhol u agħżel il-karatteristika Analytics li tipprovdi informazzjoni bażika dwar is-sit web tiegħek, u fl-aħħar tikklikkja l-kmand 'Get Tracking'.

F'dan il-punt se tara ID tiegħek Traċċar, li għandek bżonn biex tinstalla fuq il-websajt tiegħek biex tibda tiġbor data u tipprezentaha fil-forma ta' rapport. Hemm ftit modi biex tagħmel dan. Jekk il-websajt tiegħek hija mibnija fuq WordPress, imbagħad tinstalla l-plugin minn WordPress taħt l-isem Google Analytics minn Monster Insights.



Fl-iskrin Settings għandek bżonn biex iwettqu awtentikazzjoni biex jirċievu kodiċi ġdid. Tinsiex tikkonferma l-URL tas-sit web li se tkun qed issegwi f'każ li tkun qed timmanigġja xi siti web taħt l-istess kont ta' Google.



Imma jekk m'intix tuża WordPress, wara li tilloggja fil-kont tiegħek Google Analytics mur l-iskrin ADMIN. Hemm inti se tivverifika l-URL websajt u fl Info Traċċar ser ikollok Kodiċi Traċċar, li għandhom jitqiegħdu PHP website tiegħek. Ladarba dan isir inti tista 'tibgħat kmand tat-traffiku tat-test biex jiffinalizzaw l-istruttura.

Biex tifhem l-imġiba tal-klijent, tista 'wkoll tagħzel li tuża HubSpot, pjattaforma ta' awtomazzjoni tal-kummerċjalizzazzjoni. Tista' tiġi integrata ma' Shopify, pereżempju.

HubSpot



Filwaqt li biex issir taf jekk oħrajn isemmu inti fil-blogs jew artikli tagħhom, jiktbu dwarek fil-pubblikazzjonijiet jew informazzjoni dwar ix-xogħol tiegħek hija maqsuma online, inti tista 'wkoll twaqqaf Google Alerts.

KONTENUT TA' INVOLVIMENT

GĦALL-PREŻENZA ONLAJN TAL- MIKRONEGOZJI KREATTIVI

Meta inti tixtieq li tippreżenta l-mikronegozju sengħa tiegħek online, inti għandek taħseb dwar l-istrategija għall-ħolqien kontenut involviment. Tista' tagħmel dan bi ftit modi: id-disinn tal-identità viżiva, l-illustrazzjoni, ir-rakkontar tal-istejjer, il-kitba tal-kopji, id-disinn tal-web, ir-reklamar. Dawn imsemmija qabel huma eżempji ta' disinn ta' komunikazzjoni.

Essenzjalment, dak li għandek bżonn tagħmel huwa l-użu ta 'taħlita ta' test u viżwali biex jattiraw udjenza tiegħek.

Fl-ewwel pass dak li se jkun utli huwa li jiddependu fuq il-logo tal-marka tiegħek u biex jibnu viżwali oħra madwaru. Fi kliem ieħor, uża l-kuluri, l-istil u l-messaġġ mil-logo tiegħek biex toħloq identità viżiva konsistenti. Illustrazzjonijiet huma mod interessanti ieħor biex "jipprezentaw lilek innifsek" peress li bi illustrazzjoni strategika inti qed toħloq "stampa" assoċjata mal-prodott, servizz jew marka tas-sengħa tiegħek. Dan jista' jkun disinn, vettur jew tpingija. l-illustrazzjonijiet jistgħu wkoll jieħdu l-forma ta' infografika u jagħmlu l-preżentazzjoni tiegħek "aktar attraenti" filwaqt li jkunu wkoll żieda interessanti biex jinkisru deskrizzjonijiet itwal. Tista' wkoll tieħu illustrazzjoni tiegħek pass'il quddiem u jiktbu storja. Ir-rakkontar digitali tal-istejjer fuq il-blogs se jiżvolgi emozzjonijiet godda billi jgħaqqad il-viżwali mat-test biex jgħid l-istorja wara x-xogħol tiegħek.

Kont taf?

Xi pjattaformi digitali użati għal inġenji bħall-Adobe® Illustrator u l-istampar 3CooD, inħolqu primarjament għall-industrija tad-disinn, filwaqt li midja soċjali u ħwienet online oħra bħal dawn ma kinux, iżda ħafna drabi jiddependu fuq xi ħiliet tad-disinn biex ikunu ta' suċċess.

Teknoloġiji aktar godda huma wkoll l-offerta ta' modi kif jiġu ppreżentati l-prodotti, is-servizzi u l-kontenut.

Augmented reality (AR) might offer ways to better convey the physicality of craft objects or artistic works when they can't be touched in person.



CAD Crowd hija pjattaforma għal ideat 3D PRINTING — crowdsourcing, komunità kreattiva ta' mudelli 3D u disinjaturi li jaħdmu fuq proġetti kreattivi reali mill-klijenti madwar id-dinja bl-użu tipi differenti ta' softwer CAD.

Issa ejja nikkunsidraw ukoll il-websajt tiegħek.

Meta tiegħu d-deċiżjoni tat-tfassil ta 'paġna web għal mikronegozju kreattiv għandek bżonn tħares lejn l-istampa akbar, u kun żgur li hija reattiva u adattiva, u għalhekk toqgħod għal daqsijiet differenti tal-iskrin fuq apparati differenti. Speċjalment għas-setturi "viżwali" jeħtieġlek "turi" l-affarijiet bl-aħjar mod.

Dan ifisser li t-tqassim tal-kontenut tiegħek għandu jkun sempliċi u "nodfa", eż., paġna b'żewġ kolonna, b'navigazzjoni faċli għall-utent, u bilanċ ta' test u viżwali. L-elementi kollha għandhom ikunu relatati mal-identità viżwali li f'loqta għall-marka, il-prodott jew is-servizz tiegħek. Sakemm għad m'għandekx logo jew għadek qed tibda biex iddawwar l-artiġjanat tiegħek f'mikronegozju, il-websajt mhix l-ewwel post biex tibda. Għandek twaqqaf websajt meta tkun iddefinejt l-istrategija tal-marka tas-sengħa tiegħek.

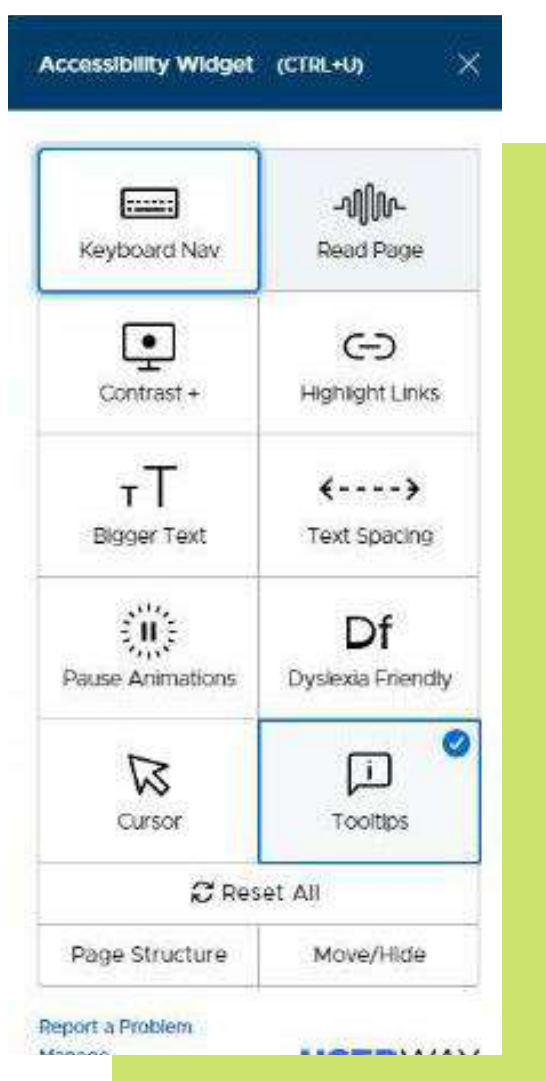
Il-kummerċjalizzazzjoni diġitali hija wkoll soluzzjoni għall-involviment tal-kontenut, flimkien mal-promozzjoni ta' prodotti proprji b'apparat elettroniku, u tista' tiddeċiedi li tuża waħda minn dawn li ġejjin:

Search Engine
Ottimizzazzjoni Search
Engine Reklamar Kontenut
Marketing
Soċjali Media Marketing



Reklamar online jista 'jkun aktar vantaġġuż fir-rigward li inti tista' tiċċekkja żjarat għall-paġni tal-prodott, tirrevedi t-traffiku skont il-post, u tevalwa l-feedback biex ittejjeb l-istrategija tiegħek kummerċ elettroniku.

Dak li ta' spiss jintesa huwa li jiġi pprovdut kontenut inklużiv. L-aktar mod sempliċi qed juża widget ta' aċċessibbiltà, li se jitqiegħed fir-rokna ta' fuq tal-lemin tas-sit, li jippermetti l-karatteristiċi li ġejjin:



Madankollu, l-aspett tal-inklużività u l-għodod digitali għandu jigi analizzat ukoll f'perspettiva usa'. Meta nqisu ż-żoni rurali, l-aċċess għall-internet iseħħ bħala sfida, u għalhekk il-preżenza onlajn mhux neċessarjament se tkun sitwazzjoni fejn jirbaħ kulhadd jew in-netwerking onlajn jista' ma jkunx għażla. B'dan premess, ta' min jinvolvi ruħu mal-komunità lokali permezz ta' attivitajiet kongunti. Dawn huma xi ideat li tista' tibda:

Ġimgħa kafejiet bl-artigjani, biex jaqsmu l-esperjenzi jew "ix-xogħlijiet" ma 'tazza tal-kafè!

Ċirku tan-nisa tad-dar rurali, biex joħolqu snajja flimkien u jitgħallmu minn xulxin!

Kull xahar lunch break chats ma "dawk li jagħmlu l-artigjanat," meta kull xahar crafter ieħor jew artigjan huwa intervistat fuq il-professjoni tagħhom!

U waqt li tiltaqa' mal-komunità lokali tiegħek, tista' taħdem lejn il— ħolqien ta' a virtwali online komunikazzjoni li turi x-xogħol tiegħek bħall—

Wiltshire makers għandhom (sib out aktar dwarhom fil-każ sezzjoni tal-istudji).



DIGITALI TIEGĦEK

IL-BIJOTEKNOLOĠIJA ARTISTIKA

Ser nibdew billi nintroduċu dak li bijo artistiku għandu jinkludi. Hija storja qasira dwar il-ħajja professjonali tiegħek, test dwarek bħala artist jew persuna tas-sengħa: mis-sinifikat tax-xogħol tiegħek. Mhuwiex l-istess bħal dikjarazzjoni artistika, li hija d-deskrizzjoni li tibda biha, iżda meta tinkludi l-portafoll tiegħek ta 'prodotti, allura inti qed titkellem dwar bijo artistiku.



Fl-ispazju diġitali se ssib ftit pjattaformi li jgħinuk toħloq portafoll tal-prodotti tiegħek jew l-hekk imsejjaħ bijo artistiku.

Linkpop

(by Spotify) hija ġabra kkurata tal-links tiegħek għall-mezzi tal-midja soċjali li qed jintużaw, għalhekk inti "sid" l-hekk imsejjaħ bijo soċjali li jista' jiġi kondiviż madwar l-ispazju online.

Dribble

hija komunità ta 'kreattivi biex jaqsmu bijos artističi, jiksbu ispirazzjoni u wkoll isibu disinjaturi li tixtieq taħdem magħhom.

ArtStation

hija komunità ta 'artigjani li vetrina xogħol artistiku għal-logħob, films, midja u divertiment.

DeviantArt

hija l-akbar gallerija tal-arti online u l-komunità li jgħaqqdu permezz tal-ħolqien u l-kondiviżjoni tal-arti.

Behance

huwa wkoll pjattaforma għall-wiri u jiskopru xogħol kreattiv, fejn inti tista 'toħloq portafolli tal-prodotti tiegħek.

REFERENZI

[Author removed at request of original publisher]. (2016, September 29). *1.1 communication: History and forms*. Communication in the Real World. Retrieved from <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/1-1-communication-history-and-forms/#:~:text=There%20are%20five%20forms%20of,%2C%20public%2C%20and%20mass%20communication.>

[Author removed at request of original publisher]. (2016, September 29). *15.1 technological advances: From the printing press to the iPhone*. Communication in the Real World. Retrieved from <https://open.lib.umn.edu/communication/chapter/15-1-technological-advances-from-the-printing-press-to-the-iphone/>

Joanna. (2020, July 27). *5 reasons to use illustration for your blog articles*. Joanna Varró. Retrieved from <https://varrojoanna.com/5-reasons-to-use-illustration-for-your-blog-articles/>

Product ideas: 17 places to find profitable products. Shopify. (2022, January 26). Retrieved from <https://www.shopify.com/blog/product-ideas>

51 mobile vs. Desktop Usage Statistics for 2023. Techjury. (n.d.). Retrieved from <https://techjury.net/blog/mobile-vs-desktop-usage/#gref>

Elizabeth Hartney, B. S. (2022, February 14). *10 basic rules of netiquette or internet etiquette*. Verywell Mind. Retrieved from <https://www.verywellmind.com/ten-rules-of-netiquette-22285>

~~Osei-Hwere, E., & Osei-Hwere, P. (n.d.). *The internet and Digital Media*. Media Communication Convergence and Literacy. Retrieved from <https://oer.pressbooks.pub/mediacommunication/chapter/the-internet-and-digital-media/>~~

er.pressbooks.pub/mediacommunication/chapter/the-internet-and-digital-media/

Elcom Technology. (2020, November 10). *How intranet social tools boost engagement & collaboration*. elcom. Retrieved from <https://www.elcom.com.au/resources/blog/using-intranet-social-tools-to-boost-engagement-collaboration>

Elcom Technology. (2022, October 31). *The benefits of online collaboration in today's workplace*. elcom. Retrieved from <https://www.elcom.com.au/resources/blog/the-importance-of-collaboration-in-todays-workplace>

May, T. (2021, August 24). *The 12 best social media platforms for artists and designers*. Creative Bloq. Retrieved from <https://www.creativebloq.com/features/social-media-for-artists>

Gunza, K. (2019, February 1). *Craft blogging netiquette*. Petals to Picots. Retrieved from <https://www.petalstopicots.com/craft-blogging-netiquette/>

12 best Ecommerce CMS for your online store (and why). BigCommerce. (n.d.). Retrieved from <https://www.bigcommerce.com/articles/ecommerce/ecommerce-cms/>

Nicolette Kier As a small business owner. (2022, December 22). *The 7 best etsy alternatives to increase sales in 2023*. Merchant Maverick. Retrieved from <https://www.merchantmaverick.com/best-etsy-alternatives/#:~:text=In%20Person%20%2B%20Online-,Big%20Cartel%3A%20B%20For%20Lower%20Volume%20Sellers,Best%20To%20Start%20Small%20%26%20Grow>

Social media marketing simplified for craft business owners. CraftProfessional.com. (n.d.). Retrieved from <https://www.craftprofessional.com/social-media-marketing-simplified.html>

McLachlan, S. (2023, January 27). *What is social media analytics? everything you need to know*. Social Media Marketing & Management Dashboard. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/what-is-social-media-analytics/>

Sofia. (2022, January 13). *How to write an artistic bio + example*. YOSCA. Retrieved from <https://www.yosca.info/post/how-to-write-an-artistic-cv-example>

**#SIEB ETIKU U
SOSTENIBBLI**

#SIEB ETIKU U SOSTENIBBLI

GĦALL-ARTIĠJANAT U L-ARTIĠJANI

IX-XIRI TA' MATERJALI SOSTENIBBLI

Dan huwa wieħed mill-akbar modi a maker jistgħu jtejbu s-sostenibbiltà ta 'dak li jagħmlu. Il-materjali użati bħalissa mis-snaġġa' huma sostenibbli biżżejjed kemm għall-ħtiġijiet tagħhom kif ukoll għall-ambjent?

Xi drabi l-akkwist ta' fornituri aktar sostenibbli jista' jgarrab spiża finanzjarja.

Li tkun "aħdar" u responsabbli bil-materjali tista' tagħmel ħsara lill-qiegħ tal-artiġjani. Dan spiss ifixkel il-kapaċità tagħhom li jaġixxu b'mod responsabbli bħala dawn għandhom it-tendenza li jaħdmu fuq margini ta' profitt stretti ħafna kif inhu.

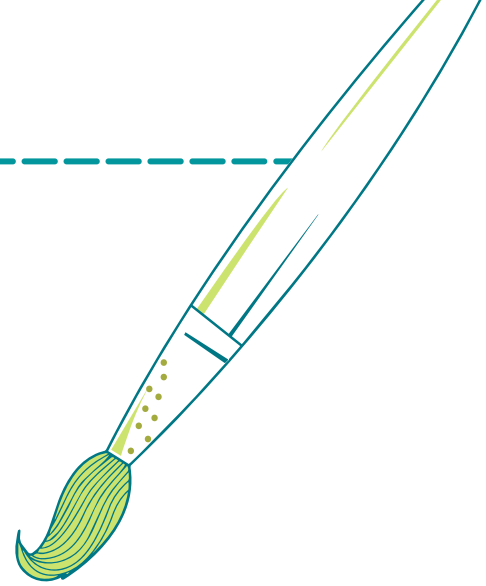


Jekk nistgħu nnaqqsu l-ispiza tal-akkwist tal-materjali t-tajba — jew nipromwovu dawk id-ditti u l-kumpaniji li huma ġusti bil-prezzijiet tagħhom

— allura dan jista' jkollu effett indirett importanti lejn id-deċiżjoni kontinwa li jixtru materjali u sorsi aktar favur l-ambjent.

Xi eżempji ta' dawn it-tipi ta' materjali huma:

- **Pniezel taż-żebgħa: tal-injam jew tal-bambù**
- **Żebgħa: Hemm aktar sorsi naturali għaż-żebgħa inklużi żebgħa taż-żejt homemade u żebgħa art.**
- **Barra: Hawn materjali sostenibbli jistgħu jinstabu fil-lokalità tiegħek u fil-beraħ il-kbir. Materjali naturali li jistgħu jinqasmu, iżda li jistgħu wkoll jispiraw il-kreattività.**
- **Materjali riċiklati: Kull haġa riċiklata reggħet intużat u tikkwalifika bħala aktar sostenibbli. Jinkludi l-azzar, l-injam, il-ħjut u l-gomma.**
- **Impjant abbażi ta' Poliuretan: Superjuri biex oħrajn formoli tal-poliuretan u huwa bijodegradabbli**
- **Suf tan-nagħaġ: Partikolarment ideali għall-Irlanda rurali u pajjiżi oħra fejn it-trobbija tan-nagħaġ hija popolari, dan jista 'jaħdem bħala alternattiva għat-tipi tradizzjonali ta' materjal. Jieħu nifs minnu u jassorbi komposti organiċi volatili.**



PRODUZZJONI U ILMA

L-ilma mhuwiex biss essenzjali għall-ħajja tal-bniedem, iżda huwa importanti wkoll għal firxa ta' skopijiet oħra, bħal dawk domestiċi, industrijali, tal-biedja u tal-artiġjanat. Il-provvista tal-ilma tagħna teħtieġ ammont kbir ta' pproċessar biex tiżgura li tkun adattata għall-ħtiġijiet tagħna, kemm għax-xorb kif ukoll għall-użu tal-iskart jew għal meta tkun involuta fil-produzzjoni.

Sabiex ikun sostenibbli fir-rigward tal-użu tal-ilma — b'mod partikolari f'ħafna żoni madwar id-dinja li qed jesperjenzaw perjodi ta' nixfa — jeħtieġ li jkun hemm sforz kongunt biex dan jintuża b'mod ħafif u għaqli, u b'kunsiderazzjoni ma' industrijii oħra u l-ħtiġijiet tas-soċjetà.

Sabiex ikun sostenibbli fir-rigward tal-użu tal-ilma — b'mod partikolari f'ħafna żoni madwar id-dinja li qed jesperjenzaw perjodi ta' nixfa — jeħtieġ li jkun hemm sforz kongunt biex dan jintuża b'mod ħafif u għaqli, u b'kunsiderazzjoni ma' industrijii oħra u l-ħtiġijiet tas-soċjetà.

- **Nixfa u aridifikazzjoni. Ġestjoni**
- **ħażina tal-ilma ta' taħt l-art. Dħul**
- **fl-ilma mielaħ.**
- **It-tniġġis.**
- **Degradazzjoni tal-art.**



Hekk kif id-dinja tiſhon u potenzjalment issir niedja, il-ħela tal-ilma qed tingħata aktar attenzjoni peress li huwa skopert li ħafna mill-ħin qed jiġi kkunsmat wisq ilma. Biex niżguraw provvisti adegwati tal-ilma fil-futur, jeħtieġ li niżguraw li nużawh b'mod effiċjenti sabiex ikun hemm biżżejjed biex nimxu u biżżejjed biex nissodisfaw il-ħtiġijiet l-aktar essenzjali tal-bniedem.

Il-materjali li jużaw l-ilma l-aktar huma affarijiet bħal tessuti u ħwejjeg, għalhekk kwalunkwe mod biex jitnaqqas konxjament l-użu tal-ilma f'dawn iż-żoni huwa milqugħ. Pereżempju, xi bejjiegħa bl-imnut u disinjaturi tal-moda (H&M u Stella McCartney) qed jimpenjaw ruħhom mal-bdiewa u l-fornituri li jużaw metodi aktar sostenibbli. Dan jista' jiġi estiż ukoll għannaħa amministrattiva tan-negozju ta' sengħa peress li kull paġna ta' karta A4 tieħu aktar minn 5 litri ta' ilma biex tipproduċi, għalhekk il-ġestjoni tal-kontijiet, ir-reklamar u l-bqija b'mod diġitali tista' tgħin biex titnaqqas il-ħela. Benefiċċju ieħor għall-iffrankar tal-ilma huwa li f'ħafna pajjiżi l-ilma huwa komodità li tista' tiġi ċċargjata u għandu jithallas, għalhekk inqas ma jintuża inqas ma jkollu jħallas persuna tas-sengħa.

Modi kif jiġi ffrankat l-ilma jistgħu jinkludu,

- Itfi l-vit meta twettaq attivitajiet bħal tindif. It-twaħħil tat-
- tnixxijiet meta jiġu skoperti.
- Uża plagg jew skutella biex tnaqqas l-ammont ta' ilma użat. l-
- użu ta' materjali li mhumiex daqshekk intensivi fl-ilma.
- Il-ġbir u l-ġbir tal-ilma tax-xita.

I-UŻU SOSTENIBBLI

MATERJALI U ĊERAMIKA

L-artigjani u s-snajja' jistgħu jigu mhegga jużaw ċerti materjali li huma aktar ta' tip għall-ambjent. Affarijiet bħall-porċellana, il-ġebel u l-fuħħar huma biss uħud mit-tipi ewlenin ta' 'oġġetti tal-fuħħar li huma prodotti mit-tiħin ta' materjali naturali (tafal ta' 'spiss) biex jitneħħa l-ilma, li mbagħad jista' jintuża għal eluf ta' 'użi oħra, kollox mill-fuħħar sal-ġojjelli.

Tafal naturali huwa abbondanti u faċli biex jiġi estratt. Dan ifisser li l-ispejjeż tal-estrazzjoni, il-konsum tal-fjuwil, u t-trasportazzjoni kollha jinżammu f'livell minimu matul il-proċess tal-produzzjoni peress li ħafna drabi jinsabu qrib il-fabbriki rilevanti. Drammi tal-produzzjoni effiċjenti rwol ewlieni fil-materjali li jitqiesu bħala verament sostenibbli.



¶afna minn dawn il-materjali huma aktar naturali iżda huma wkoll versatili u jsellfu għall-għemil ta 'kreazzjonijiet sbieħ! B'żieda mal-benefiċċju tal-użu taċ-ċeramika, dawn jistgħu jiġu riċklati faċilment, u jitnaddfu u jinżammu mingħajr l-użu ta' sustanzi kimiċi ta' ħsara. Kif diġà ssemma qabel, forom tajbin oħra ta' materjali sostenibbli jistgħu wkoll ikunu aktar ekoloġiċi u aktar armonjużi fl-ambjent naturali. Xi eżempji oħra jinkludu,

- Glazes ta' spiss użati minn nies tas-sengħa biex jipproduċu effetti uniċi fuq xogħolhom. Il-muftieħ huwa l-għażla ta' dawk li mhumiex tossiċi u li jużaw żebgħa derivata b'mod aktar naturali, u li jidderieġu l-koloranti li fihom metalli tqal, bħaċ-ċomb.

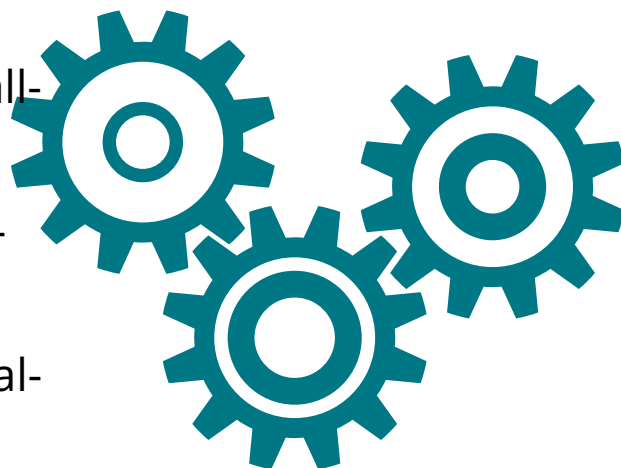
- Il-ġawhar jista' jinkiseb minn żoni fejn ikun hemm kunflitt jew sfruttament sabiex jiġi żgurat li jiġu ċċertifikati bħala li ġew imminati b'mod sostenibbli jista' jwassal għal metodi ta' estrazzjoni aktar ġusti kemm f'termini ta' xogħol kif ukoll f'termini ta' tħaffir fil-minjieri.

- Adeżivi jaqgħu f'¶afna forom ta 'sostenibbiltà, bħal dawk li huma derivati minn rinnovabbli

materjali bħal xama' tan-naħal, dawk li jinħallu fl-ilma u ma jhallu l-ebda traċċa ta' residwu, u dawk il-kolla li m'għandhomx derivattivi tal-petroleum fil-formulazzjonijiet tagħhom.



Azzar digà wieħed
ta' l-aktar ħabib tipi ta'
ta' materjal li crafter jista
'jutilizza, il-bidla kontinwa għall-
elettriku
fran tal-ark (EAF) se jnaqqsu l-
livelli tal-emissjonijiet b'żieda
għal 60 % oħra fuq il-kalkari tal-
funderija tradizzjonali.



Gomma materjal popolari fi
xogħol Crafter jew artigjani. Il-
gomma tradizzjonali tinħasad f'żoni
bħal
Ix-Xlokk tal-Asja u l-Brazil u l-foresti
qed jintilfu b'rata allarmanti sabiex
il-gomma tkun tista' tinħasad. Bidla
għal aktar
tip sostenibbli ta' gomma jipprotegi
kontra d-deforestazzjoni u jgħin
biex jitnaqqas il-ksur tad-drittijiet
tal-bniedem.

MATERJALI GĦALL-IPPRESSAR

I-ORIGINI, IT-TRASPORT, U L-POST

Minn fejn jinkisbu l-materjali?

**Huma lokali jew jeħtieġu li jiġu ttrasportati mill-bogħod
jew barra mill-pajjiż?**

Jekk tkun barra mill-pajjiż, allura ma nafux x'qed tagħmel l-estrazzjoni tagħhom f'ambjent jew f'pajjiż partikolari.

Ma' dan tizzied il-kwistjoni tat-trasport. Jekk il-materjali jinkisbu minn distanza itwal, allura huwa meħtieġ trasport addizzjonali biex jingiebu fil-post il-ġdid. Naturalment, dan jinvolti ammonti akbar ta' fjuwil u tniġġis tal-karbonju fl-atmosfera, li l-firxa tagħhom tiddependi fuq it-tip ta' trasport użat. Jekk il-materjal ewlieni tal-qalba jiġi minn zona lokali għall-artiġjani jew artiġjanali, dan immedjatament inaqqas il-ħsara lill-ambjent u awtomatikament jagħmilha aktar sostenibbli.

It-trasport jista' jsir aktar ekoloġiku, bħall-metodu ta' trasport użat, jew jekk pereżempju t-tip, bħal jekk jintużaw vetturi elettrici? Fjuwils aktar ekoloġici bħaż-żejt veġetali idrotrattat qed jiġu sfruttati wkoll minn xi kumpaniji tal-konsenja.

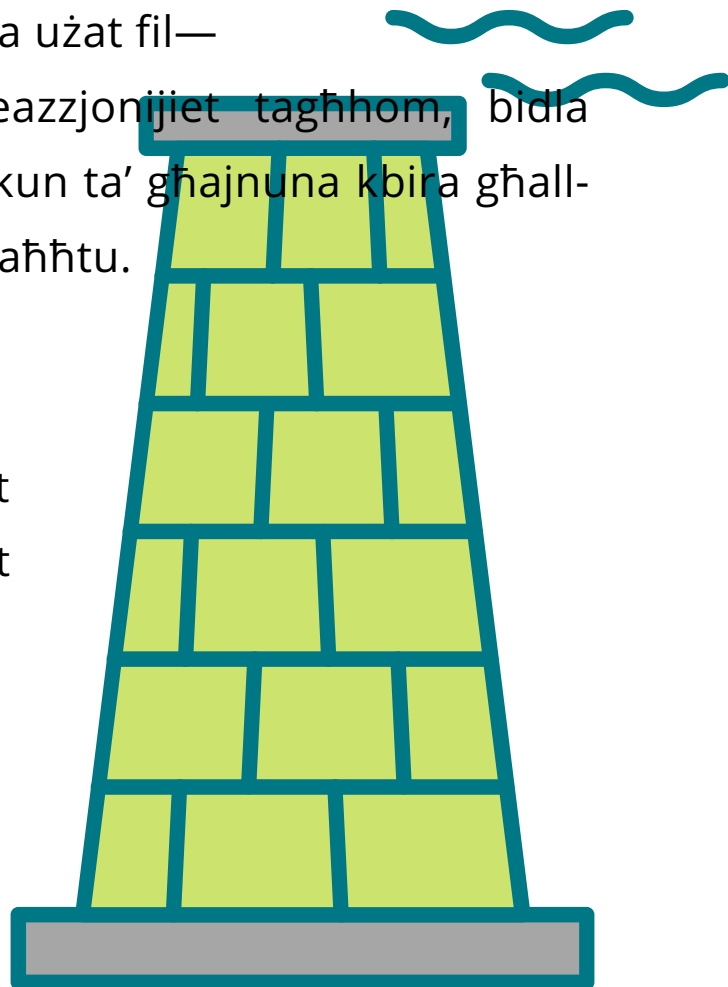
SOSTENIBBLI U ALTERNATTIVA

KARBURANTI

Jekk int sengħa li tuża forn, allura billi tikkunsidra l-provvista tal-enerġija għall-forn huwa wkoll mod kif tagħmel il-proċess ta' kombustjoni aktar sostenibbli. It-tibdil tal-fornitur tal-elettriku tiegħek għal tariffa ekoloġika jżid id-domanda u l-profil tal-enerġija rinnovabbli. Il-kunsiderazzjoni ta' materjali lokali meta l-injam jingibed jew fjuwil ieħor huwa wkoll approċċ aktar sostenibbli. Huwa aktar probabbli li dawn ikunu disponibbli faċilment u aċċessibbli b'mod aktar faċli.

Peress li l-fjuwils huma vitali għal ħafna ħallieqa u l-għajxien tagħhom, u minħabba li tant huwa użat fil—
il-produzzjoni tal-bicċiet u l-kreazzjonijiet tagħhom, bidla globali għal fjuwils aktar nodfa, tkun ta' għajjnuna kbira għall-promozzjoni ta' ambjent aktar b'saħħtu.

Dawn il-fjuwils jinkludu skart ta' żejt veġetali (WVO) u bijodiżil prodott b'mod sostenibbli.

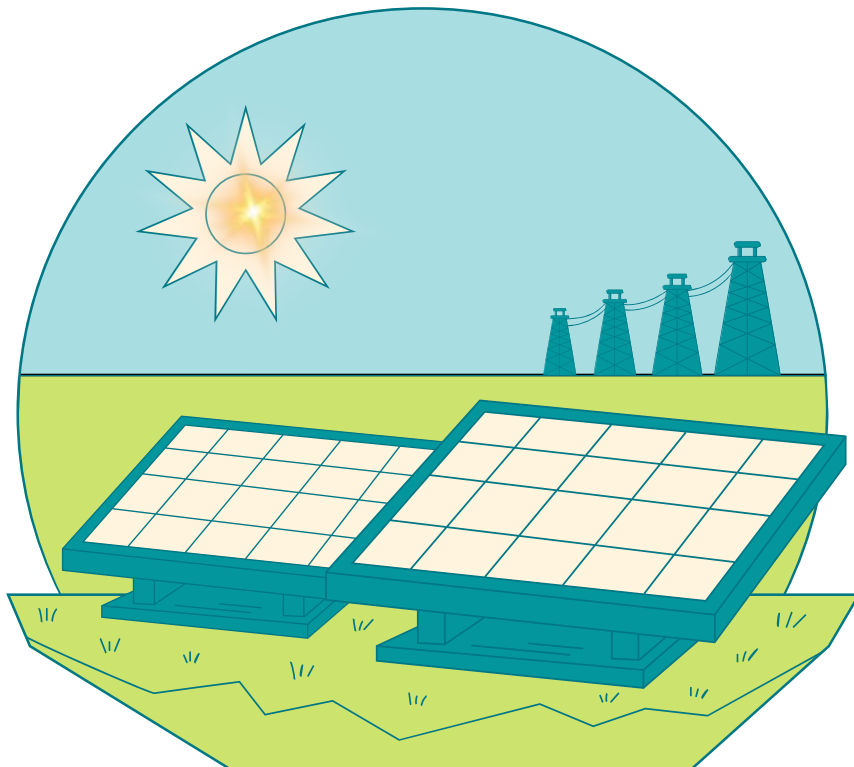


l-enerġiji ekoloġiċi, bħall-enerġija mir-riħ, mill-ilma u mix-xemx, huma prevalenti wkoll fiż-żoni rurali. Dawn jistgħu jiġu implimentati faċilment (skont l-aċċess għall-ilma u x-xemx) u jiffrankaw ħafna rilaxx tal-karbonju u spejjeż ta' kull xahar/sena għall-artiġjani u l-artiġjanat.

- **Enerġija idroelettrika:** Wieħed mill-orħos sorsi ta' elettriku, huwa kompletament sostenibbli ladarba ċ-ċiklu tal-ilma jkompli jaħdem. Hija tgħin fil-ġlieda kontra t-tibdil fil-klima peress li ma tużax fjuwils fossili u tnaqqas l-emissjonijiet tas-CO₂, u skont Enel Green Power għandha marka tal-karbonju li hija kważi "insinifikanti meta mqabbla mal-faħam jew iż-żejt".
- **Enerġija mir-riħ:** Applikabbli b'mod partikolari għal dawk l-artiġjani u l-artiġjani li jgħixu f'postijiet abbondanti tar-riħ, din il-forma ta' enerġija għandha impatt ambjentali minimu, għandha effiċjenza tajba ta' konverżjoni f'elettriku u taqbel sew mal-mudell tal-ekonomija ċirkolari minħabba li l-impjanti nfushom huma kważi perfettament riversibbli minħabba n-natura riċiklabbli tal-komponenti u l-art li tintuża.



- **Energija solari:** Anki jekk sengħa ma tgħixx f'post b'ħafna xemx, l-installazzjoni ta' pannelli solari tista' tgħin biex jitnaqqsu l-kontijiet tal-elettriku. Din il-forma ta' energija tista' żżid il-valur ta' darek, tikkwalifika għal sussidji tal-gvern, u tnaqqas sustanzi perikolużi li jniġġsu b'ħall-kubrit u l-ossidi tan-nitroġenu.



- **Energija mill-marea:** Dan qed juża l-enerġija tal-oċean biex jġġenera l-elettriku. Peress li tkopri 70 % tal-wiċċ tad-dinja, din it-tip ta' energija tista' tintuża u tigi sfruttata minn ħafna mill-popolazzjoni, b'mod partikolari daww l-artiġjani u s-snajja' li jgħixu qrib iż-żoni kostali.

KOMUNIKAZZJONIJIET: TIXRID

TAL-KELMA DWAR

I-ETOS AĦDAR

Wieħed mill-modi kif il-produtturi jistgħu jikkontribwixxu għal aktar sostenibbiltà huwa billi jużaw l-influwenza tagħhom biex inaqqsu l-impatt ambjentali tal-prattika tagħhom stess. It-tmexxija bl-eżempju hija waħda mill-aktar modi effettivi biex tbiddel in-narrattiva u d-drawwiet ta' kulħadd madwarek. Minn produtturi u kumpaniji kbar sal-iżgħar konsumaturi, l-azzjonijiet tagħna jista' jkollhom impatt distint fuq it-tip ta' għażliet li jsiru u kif taħdem id-dinja u l-bidliet.

Dan jista' jsir permezz ta' jew

sinjali sempliċi mibnija fuq logos fuq l-imballaġġ minn xogħol. Jekk ikun hemm kunsinna forsi info stampati fuq karozza jew ifrex il-kelma. Speċjali

jistgħu jiġu offruti lil dawk li jixtru ċerti prodotti, bħal dawk li ġew iċċertifikati bħala aktar sostenibbli.

kampanji ta' reklamar,

bini jew timbri u xiri ta' sengħa

li għandu jsir, imbagħad

van jista' wkoll jgħin biex

skontijiet jew offerti

Il-fornituri li jaderixxu mal- etos aħdar jistgħu jiġu enfasizzati jew promossi fuq is-sit web tas-sengħa jew fuq il-paġni tal-midja soċjali.

Barra minn hekk, l-involvement fi djalogu mal-fornituri u l-klijenti jista' jkollu wkoll effett ta' benefiċċju u estensiv. Hawn drabi jekk in-nies ikunu konxji ta' oħrajn li jagħmlu għażliet aħjar — u kif jistgħu jagħmlu wkoll għażliet simili permezz tal-informazzjoni u l-edukazzjoni — dan jispirahom biex jagħmlu l-istess. Direttorju tas-sengħa jew artigjan jew inizjattiva ta' grupp jista' jitwaqqaf biex jgħallim u jinfurmahom kif ikunu aktar ekoloġiċi sabiex il-pubbliku jkun jaf min qed jagħmel il-parti tiegħu u kif. Huma jistgħu jirreġistraw ukoll il-fornituri attwali tagħhom, filwaqt li jinnotaw dak li qed iħallsu u jużaw bħalissa u l-ammont ta' materjal/stokk li jordnaw fuq bażi annwali.

F'xi pajjiżi hemm l-għażla ta' finanzjament mill-gvern għal sidien ta' negozji żgħir biex japplikaw għal għotjiet speċjali jew self biex jgħinu fit-tranzizzjoni lejn operazzjoni aktar ekoloġika. Ta' min joqgħod attent għal dan peress li jista' jintefaq fuq kwalunkwe numru ta' għażliet sostenibbli jew favur l-ambjent.



ETIKA

KUNSIDERAZZJONIJIET

Bl-etika aħna nfissru l-proċessi li bihom ħaddiem tas-sengħa jew artigjan jimpenja ruħu biex joħloq il-prodotti jew l-arti tiegħu. Jakkwistaw materja prima minn fornituri jew kumpaniji li jaġixxu wkoll b'mod sostenibbli, u b'hekk joħolqu katina ta' azzjonijiet responsabbli biex isegwu u jitgħallmu minn ħaddieħor? Jagħmlu l-proċessi tagħhom scream sostenibbiltà? Qed iħallsu biss servizz tax-xoffa jew l-azzjonijiet u d-deċiżjonijiet tagħhom juru impenn qawwi għall-ħarsien tal-ambjent ta' madwarhom?

Meta l-artigjanat u l-artigjani indipendenti jiżviluppaw, jippromwovu u jbigħu l-kreazzjonijiet tagħhom b'mod etiku, dawn jaffettwaw il-proċess kollu li bih topera l-industrija minn isfel għal fuq. Modi kif l-artigjani jistgħu juru etika tajba:

- Kostruzzjoni/Ħolqien
- Metodi ta' bejgħ u għal fejn?
- Provenjenza ta' materjali
- Klijenti tat-Trasport
- Impenn/Edukazzjoni



It-trattament tal-kompetizzjoni f'suq ta' spiss saturat jista' wkoll jgħid ħafna dwar kif artigjan isegwi kodiċi ta' kondotta tajjeb.

Do they try to find cheaper and less sustainable materials to save money, or do they act responsibly despite the competition being potentially more successful?

Do they use reputable suppliers, or do they source their materials from unethical places and companies who exploit and pollute and damage?

Il-mistoqsija hija, kif inti bħala crafter jew artigjan jirreaġixxu għall-pressjonijiet bħala produttur indipendenti mingħajr ħafna ta' 'xibka ta' sikurezza li tappoġġjak?

Il-prattika tiegħek tikseb oġġetti jew materjali mit-tħaddim tat-tfal — direttament jew indirettament permezz ta' fornitur?

In-naħa l-oħra tal-etika hija n-naħa l-aktar personali u tinkludi affarijiet li huma ġusti fuq livell soċjetali usa'. Pereżempju:

Ħafna kumpaniji moderni jisfruttaw it-tfal żgħar fil-pajjiżi tat-tielet dinja peress li dan jitqies bħala aktar profittabbli mill-ħlas ta' pagi li huma ogħla u inqas sostenibbli għat-tkabbir fit-tul.



Kemm tittratta tajjeb lill-impjegati tiegħek jekk għandek xi wieħed u huma kkompensati tajjeb għax-xogħol tagħhom?

I-impjegati ta' spiss ikunu l-gateway tagħna għal suċċess dejjiemi u jawgura tajjeb li jiġu ttrattati b'rispett u b'dinjità.

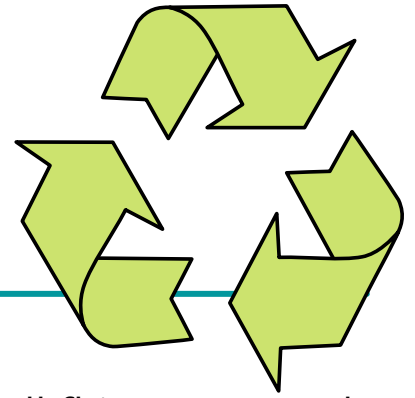
Bl-ideat u d-disinji misruqa li huma tema komuni, qed tiżguraw li tkun onorabbli fil-mod kif ġejt dwar il-kreazzjonijiet jew id-disinji tiegħek, li huma originali u uniċi għalik, u jekk le li tinforma jew tagħti rikonoxximent lill-persuna jew lill-grupp li kkopjajt jew bnew?



Ir-reklamar tiegħek huwa preċiż u mhux qed jagħmel dikjarazzjonijiet li mhumix fattwali jew f'idejn il-prodott tiegħek?

Reklamar huwa l-tieqa għall-offerti tiegħek u għandhom jitqiesu bħala sors ta 'verità u l-verità.

ĊIRKOLARI I-EKONOMIJA



Filwaqt li qed tikber kemm fil-popolarità kif ukoll fl-importanza, l-ekonomija ċirkolari għandha l-għan li żżomm il-prodotti attwali fl-użu għal aktar żmien. Minflok jintremew oġġetti u oġġetti li setgħu tqiesu bħala qodma jew bla siwi, minflok jingħataw skop ġdid jew jissewwew u jinbiegħu jew jingħataw. Tagħmel dan jippermetti affarijiet li normalment ikunu dumped li jibqgħu fiċ-ċirkolazzjoni u jkollhom ħajja itwal. Hija tneġġeg ċerta “imħabba” ta’ affarijiet li s’issa setgħu ma kinux daqshekk dinamici jew moda, iżda minflok tiddependi fuq il-pratticità, l-iffrankar tal-flus, u l-kunsiderazzjoni għall-pjaneta. Il-benefiċċji tal-ekonomija ċirkolari.

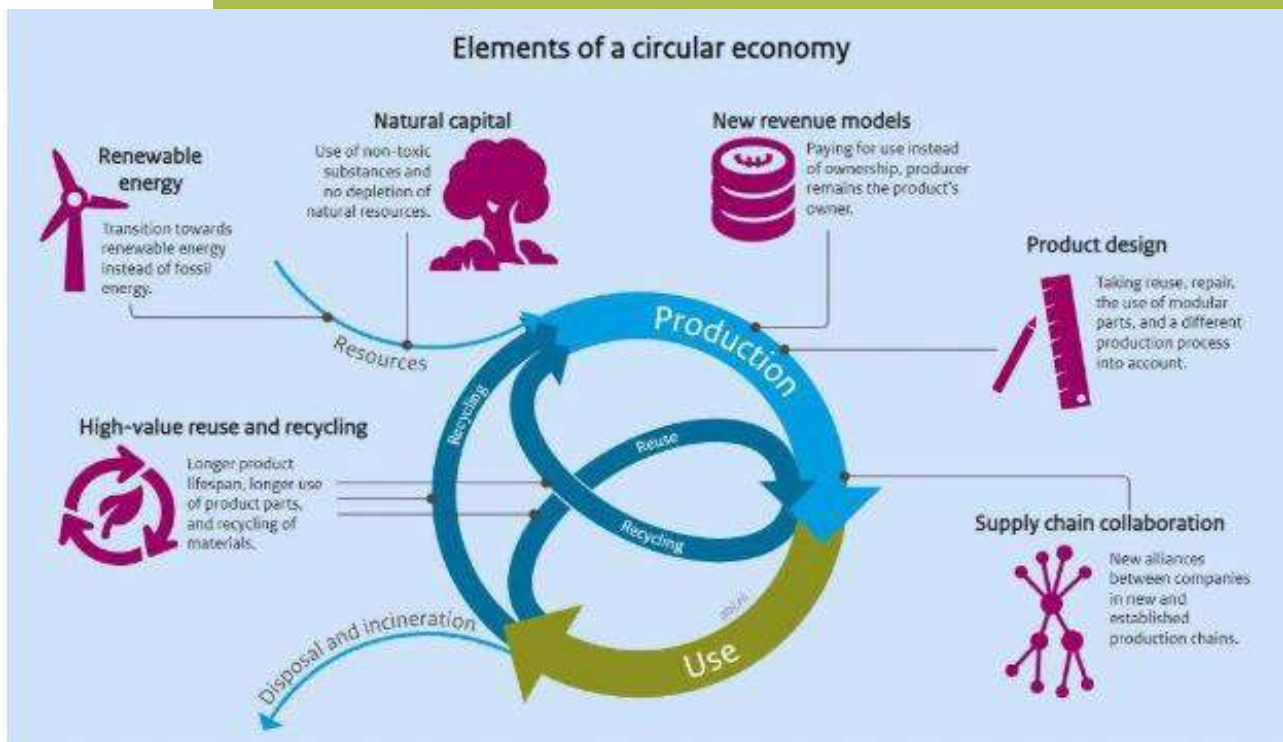
- Jista’ jgħin fil-ġlieda kontra t-tibdil fil-klima permezz tal-użu aktar għaqli u aktar sparing tal-materjali.
- Jiffranka l-flus minħabba li mhux dejjem jixtri godda u joħloq valur kemm għall-konsumatur kif ukoll għall-artiġjanat/l-artiġjan.

Jista’ jgħin fir-rigenerazzjoni tas-sistemi nazzjonali. Tista’

- tgħin fil-protezzjoni u s-sostenn ta’ kollox mill-ikel sal-
- materjali għar-rizorsi naturali.

Telimina l-iskart.

Tista’ tappoġġja l-ekonomiji lokali billi tuża r-rizorsi disponibbli fiż-żona u tgħin biex jinżammu l-flus fil-lokalità li tmur lejn l-appoġġ ta’ bliet u rħula iżgħar jew aktar żvantagġati.



Il-mikronegozji jistgħu b'mod speċjali jużaw dan l-iżvilupp relattivament għdid permezz tar-riċiklaġġ u l-użu mill-għdid ta' materjali li jista' jkun li bnew jew ikollhom maħżuna. Huma jistgħu jegħrqu żoni bħal imħażen użati, skreppjar jew żoni naturali bħal foresti u xtajtiet għal oġġetti li jew kienu "pre-loved" jew dawk li ma jagħmlux ħsara lill-ambjent bit-tneħħija tagħhom. Hija tippermetti wkoll għal livell kbir ta' 'kreattività peress li l-affarijiet huma repurposed fis xi ħaġa għdida u friska.

Dak li jeħtieġ li jiġi żgurat biex tiġi appoġġjata din l-inizjattiva huwa li l-kumpaniji l-kbar jibdew jagħmlu prodotti li huma mfassla biex idumu, aktar milli l-fenomeni attwali ta' "obsolescenza ppjanata", fejn l-affarijiet isiru apposta biex jitneħħew wara ċertu żmien.

REFERENZI

What is a circular economy?

<https://ellenmacarthurfoundation.org/topics/circular-economy-introduction/overview>

Craft Scotland (2019 Oct 19). Three ways to be more sustainable in your craft. <https://www.craftscotland.org/journal/article/be-more-sustainable-in-your-craft>

Earthyb. Why buy recycled and eco-friendly crafting materials?

<https://earthyb.com/blog/why-buy-recycled-and-eco-friendly-crafting-materials/>

UN (2022 July 12) Five threats to our water that sustains our farms

<https://www.unep.org/news-and-stories/story/five-threats-water-sustains-our-farms>

Country Living (2022 Aug 9) 6 ways to save water at home this summer

<https://www.countryliving.com/uk/homes-interiors/a40843798/save-water-home-heatwave/>

McKinsey & Company (2022 July 7) Charting the global energy landscape to 2050: Sustainable fuels

<https://www.mckinsey.com/industries/oil-and-gas/our-insights/charting-the-global-energy-landscape-to-2050-sustainable-fuels>

Conserve Energy Future. Sustainable Energy: Why we need and

various types of it <https://www.conserve-energy-future.com/sustainableenergy.php>



I-IMMARKAR BIL-MARKA

Marka viżiva



Il-viżibbiltà hija kollox għal negozju żgħir u hija ta' sfida kbira meta tkun ġust il-bidu. A distinta, qawwija, marka unika iżid mal-valur tan-negozju tiegħek u huwa bħal dawl li jteptep jiġbdu l-attenzjoni għall-marka tiegħek, permezz taċ-ċpar ta' reklami oħra.

Il-viżibbiltà hija kollox għal negozju żgħir u hija ta' sfida kbira meta tkun ġust il-bidu. A distinta, qawwija, marka unika iżid mal-valur tan-negozju tiegħek u huwa bħal dawl li jteptep jiġbdu l-attenzjoni għall-marka tiegħek, permezz taċ-ċpar ta' reklami oħra.

Meta kollha ta' assi marka tiegħek jiġu flimkien dawn mhux biss tgħid l-istorja tiegħek iżda dawn jgħinuk tagħmel konnessjoni emozzjonali mal-klijent tiegħek. Din il-konnessjoni hija l-bidu ta' relazzjoni li jagħmel marka speċjali tiegħek. Hija żżid valur għall-prodott jew servizz inti tipprovdi u jżomm il-klijent tiegħek li ġejjin lura għal aktar.

Allura kif nistgħu crafters, li aħna b'definizzjoni negozju żgħir, jiksbu xi viżibilità permezz ta 'dawn ads bright u flashy, kif nistgħu jirnexxilhom juru l-valur tal-prodott tagħna? L-ewwel pass essenzjali huwa li jinħolqu assi tal-marka uniċi u l-involviment, sabiex inkunu nistgħu nibnu relazzjoni mal-klijenti tagħna, b'mod li ma ninsewx.

Problema indirizzata: kif tagħzel isem għan-negozju tiegħek, għodod online u offline għad-disinn tal-logo, kif tippreżenta l-logo Palette tal-Kulur, Ritratti/grafiċi.



Kif insib l-Identità tal-Marka MY?

Meta ssib l-identità tal-marka tiegħek inti għandek spare ebda ħin u enerġija, u anki jekk il-passi huma “semplici” huwa parti essenzjali ta’ branding tiegħek u “vuċi kreattiva” li se tappoġġja mikronegozju crafting tiegħek.

F’din il-parti ta’ taħriġ tagħna aħna se tkun tiddekrivi l-passi li se jgħinuk tidentifika l-għanijiet u l-missjoni tal-marka tiegħek, u b’dan il-mod inti tkun kapaċi li jgħaqqdu Valuri Brand tiegħek għall-Identità Viziva tal-marka tiegħek.

1. Iddefinixxi l-Udjenza Tiegħek

Bħal dak kollu li relays komunikazzjoni lir-riċevitur, l-udjenza se taġġusta wkoll it-ton, l-enerġija u l-mod ta’ twassil ta’ kwalunkwe tip ta’ informazzjoni. Billi niddefinixxu l-udjenza tagħna aħna kapaċi niddeterminaw il-lingwa li se nużaw biex ngħaqqdu magħhom, it-termini, u t-ton li l-aħjar se jkun relatat max-xerrej primarju personas tagħna. Permezz ta’ din il-lista ta’ mistoqsijiet inti se tkun tista’ toħloq verżjonijiet immirati ta’ personas xerrej tiegħek. Min huwa x-xerrej ideali tagħna, il-wieħed li se jgħaqqdu, japprezzaw u jixtru l-ingenju tagħna?



FIN TA' AZZJONI: Oħroġ biċċa karta u ibda qis it-twegibiet għall-mistoqsijiet ta' hawn taħt. Ftakar li personas xerrej ideali tiegħek jista 'jkun aktar minn tip wieħed.

What is their gender, occupation, financial status / job, education level and age?

What makes them tick? What is their personality like? What are their hobbies, interests, values, and interests?

What type of lifestyle do they live?

What do they worry about?

What solutions are they looking for?

What other brands do they like?

1. X'inhi l-Missjoni TIEGĦEK

Allura issa inti għandek udjenza tiegħek, x'inhu li inti għandek biex joffru lill-klijenti tiegħek u l-klijenti? Taf l-ingenju u l-prodotti tiegħek naturalment, imma dak li għandek bżonn tikkunsidra huwa kif tipprovdi dawn il-prodotti u l-offerti lill-bażi tal-klijent tiegħek u għaliex? X'inhuma s-soluzzjonijiet li jgibu magħhom?

Staqsijiet lilek innifsek:

Għaliex nipprovdu dawn il-prodotti jew servizzi (jekk toffri wkoll taħriġ/workshops)?

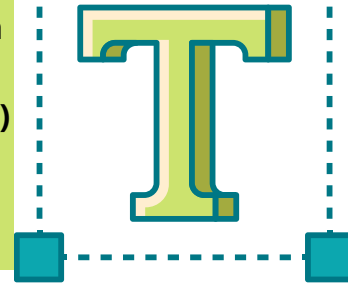
X'qed nittamaw li nbiddlu għall-klijent tagħna?

X'titjib qed nimmiraw li ngibu f'ħajjithom? Għaliex naħsbu li huwa importanti li nagħmlu dak li qed nagħmlu? X'inhuma l-valuri tagħna, x'inhuma l-valuri tagħna?

Liema Holqien Identità Viżiva ta' Brand?

L-elenkar ta' dak li jagħmel l-identità viżiva ta' marka huwa l-parti faċli. L-identità ta' marka viżiva tinkludi:

- Immagini (magħmula ta' kwalunkwe forma) Tipografija
- Kuluri
- Disinn kreattiv (Stili ta' immagni u kompożizzjoni)
-



Il-mistoqsija miljun dollaru madankollu huwa kif ma wieħed jiksbu l-qalba ta' dawn l-elementi u jużawhom biex jikkomunikaw lil udjenza li inti bħala crafter, dak li inti toqgħod għal, u għaliex dawn għandhom jagħzlu prodott magħmul bl-idejn tiegħek fuq magna magħmula jew prodotti artigjanali oħra? X'inhu fi ħdan branding tiegħek u l-istorja personali li jagħmel l-identità viżwali tiegħek TIEGĦEK, li fil-fatt jirrakkonta l-istorja tiegħek fir-rigward tal-passjoni kreattiva tiegħek u l-ingenju.



L-elementi kollha msemmija hawn fuq għandhom jiggwidaw lis-segwaċi u lill-klijenti biex jiddefinixxu l-perċezzjonijiet tagħhom fir-rigward tal-marka tiegħek. Jekk aħna biex jissimplifikaw dan, l-identità viżwali tiegħek hija magħmula mill-immagini viżibbli assoċjati mal-prattika crafting tiegħek u permezz prokura mikro negozju tiegħek crafting. Huwa għalhekk li huwa importanti li tqabbel l-identità viżiva tiegħek ma' l-identità ġenerali tal-marka tiegħek, tan-narrattiva tiegħek. Il-viżwali saħansitra aktar illum jirrapprezentaw messaggġ u tema ħafna akbar minn dak li jiddefinixxi l-viżwali kelma. Huma jistabbilixxu l-ton ta' branding kollu tiegħek, li se wkoll b'mod jiddefinixxi l-konnessjoni tiegħek mal-klijenti tiegħek/udjenza.

3. X'inhi l-Personalità tal-Marka TIEGĦEK

Inti issa għandek ħakma ta 'missjoni marka tiegħek.

**Ma ħoss daqsxejn stramb, il-personalità tal-marka tiegħi?
Il-personalità tal-logo u l-identità viżwali tiegħi? Xi tfisser b'dan?**

Bħala partikolari kif jista 'jidher bħala kuncett, marka ma jkollhom personalità u persona u għandek bżonn biex insemmu dak li din il-personalità hija sabiex inti tibqa' konsistenti fil-komunikazzjoni tiegħek u l-identità viżwali. Dan jippermettilek li tittrasferixxi l-messaġġ u tippromwovi l-ingenju tiegħek b'mod li jirrifletti l-valuri, il-kreattività u l-mess personali tiegħek. Kif barra mill-kaxxa kif jista 'jkun, jippruvaw jaħsbu u do jqattgħu xi żmien fuq dan wieħed, jekk marka tiegħi kienet persuna li kieku dik il-persuna tkun?

X'tip ta' persuna/personalità/persuna tkun immagni/riflessjoni tajba tan-negożju tiegħek? Kif jidhru/jidhru? Kif jikkomunikaw/jitkellmu? Mod aktar sempliċi jista' jkun li nippruvaw inwieġbu l-mistoqsija ta' hawn taħt: Jekk l jista 'jkollhom xi ħadd fuq din il-pjaneta biex jaġixxu bħala l-kelliem għall-marka tiegħi, li kieku dik il-persuna tkun?

**Jekk l jista 'jkollhom xi ħadd fuq din il-pjaneta biex jaġixxu bħala l-kelliem għall-marka tiegħi,
li kieku dik il-persuna tkun?**

Minn dan il-punt tista' tibda tiddeskrivi u tespandi l-personalità tal-marka tiegħek. Meta fl-aħħar nett issib il—persuna/personalità li tkun taqbel l-aħjar bħala r-rappreżentant tal-marka tiegħek, allura sibt it-ton li għandek bżonn tuża biex tikkomunika dan b'mod konsistenti. Ikollok bżonn li żżomm dan it-ton messaġġi madwar il-mezzi kollha ta 'komunikazzjoni u kummerċjalizzazzjoni inklużi email u l-

4.L -Iżvilupp tal-Appell emozzjonali

Crafting huwa ħolqien intrinsiku tal-bniedem li jitlob dedikazzjoni, ħin, enerġija u passjoni. L-emozzjonijiet huma importanti ħafna f'dan il-proċess.

Dawn l-emozzjonijiet jeħtieġ li jiġu infuża fis tiegħek marka, hekk imbagħad inti tista profondament jgħaqqdu u jhallu immagni dejjiema fil-memorja tal-klijenti tiegħek. L-immagni li inti tixtieq li jikkomunikaw u jaqsmu.

Għal darb'oħra hemm lista ta' mistoqsijiet li għandek bżonn tistaqsi lilek innifsek biex tilhaq dan. Branding jista 'jkun proċess jintaxxa u jeżawrixxu iżda huwa essenzjali għalik li tkun tista' tikkomunika l-ingenju tiegħek, il-ħolqien, il-passjoni bil-kliem, stampi u ideat li jiddefinixxu aħjar u jittrasferixxu narrativa TIEGĦEK.

Mela ejja bokkla sa biex tikkonnettja appell emozzjonali għall-immagni viżwali tal-marka TIEGĦEK

- Meta taqsam xi ħaġa viżiva, kif tixtieq li l-udjenza tiegħek tħossha meta taraha? X'inhil-emozzjoni li trid tevoka permezz tal-materjal tal-kummerċjalizzazzjoni li se toħloq u taqsam?
- Diġà għandek il-linja ta' prodotti li ħloqt, madankollu x'emozzjonijiet huma evokati meta l-klijenti tiegħek jużaw il-prodotti/servizzi tiegħek jew jinteraġixxu mal-marka tiegħek?
- Liema emozzjonijiet jinsabu fil-qalba tal-istorja tal-marka tiegħek?
- Liema emozzjoni jagħmel aktar sens għall-marka tiegħek li tkun konnessa ma '? Jagħmel sens li l-marka tiegħek tkun konnessa ma' sens ta' appartenenza, ħtija, biża', kompetizzjoni, kumdità jew xi appell emozzjonali ieħor?

Prosit, meta twieġeb dawn il-mistoqsijiet, li huma aktar diffiċli milli jidhru li huma, inti se ġabru l-pedamenti li se jgħinu inti tibni l-istrategija tal-marketing tiegħek.

5. Ejja tpoġġi daww il-Blokki kollha flimkien! Ibni l-Marka Viziva Tiegħek

Fl-aħħar nett għandek it-tweġibiet għall-mistoqsijiet kollha ta 'hawn fuq, għalhekk issa wasal iż-żmien li tibda tibni l-immagni tal-marka tiegħek u l-immagini biex tappoġġjaha. Biex tagħmel dan, l-informazzjoni ta 'hawn taħt hija proċess pass pass għal darb'oħra li għandu jzommok iffukat fuq li tagħmel dan.

Agħzel paletta tal-kulur. Issa li inti familjari mal-personalità u l-appell emozzjonali tal-marka tiegħek, uża Kulur Psikologija li pick dell li jaqbel mal-identità tiegħek.

Agħzel tipografija tiegħek. Agħzel żewġ fonts li jikkomplimentaw kull oħrajn u li se jirrappreżentaw marka tiegħek.

Iddefinixxi l-għażliet tal-immagni. Bħala astratt kif jista 'jħoss, l-aktar preċiż inti l-aħjar il-ġestjoni tal-marka viżwali tiegħek. Iddeskrivi liema tip ta' immagni jirrappreżentaw il-marka tiegħek bl-aħjar mod (jigifieri, huwa ritratt astratt b'forom ġeometriċi b'kuluri ċari, huwa ritratt tal-pajsaġġ bl-iswed u abjad jew bi grafika animata b'kulur qawwi, huwa ritratt ta' nisġa differenti, huwa ritratt ta' komunità jew ritratt ta' proċess eċċ.?)

F'każ li diġà għandek logo, żurha mill-ġdid filwaqt li tikkunsidrah il-mistoqsijiet kollha mwiegħba hawn fuq. Jekk ma jikkonnettjax, jew jaqbel mal-persona, l-emozzjonijiet u n-narrattiva tal-marka tiegħek, imbagħad ikkunsidra disinn mill-ġdid tal-logo tiegħek.

Oħloq gwida branding. Dan jieħu ħafna ħin, iżda se jiffranka inti ħin kull meta inti qed jipproduċu materjal kummerċjali ġdid jew jiddelega lil xi ħadd ieħor biex jippreparah għalik. Biex toħloq gwida branding għandek bżonn biex lista KOLLHA tal-elementi tal-marka tiegħek l-identità fi gwida waħda. Din il-gwida/dokument jiżgura li kull element ta' branding tiegħek se ssegwi l-istess linji gwida konsistenti.



Kif nista 'żzomm stil konsistenti?

M'għandekx għalfejn terġa' tivvinta l—rota, inti tista 'tikseb ispirati u insemmu l-logistika ta' dan billi wara l-kummerċjalizzazzjoni ta 'akbar marki kummerċjali, anki ta' prodotti u servizzi li ma jaqblux tiegħek. M'intix tfittex ispirazzjoni marketing iżda l-mod li jżommu l-narrattiva, is-sustanza u l-istorja tal-marka tagħhom konsistenti madwar dawn il-kanali multidixxiplinari kollha.

style



Jekk inti qatt raw prodott Apple jew Nike kummerċjali fil-midja stampata, it-televiżjoni jew instagram, probabbilment inti kienu kapaċi jirrikonoxxu l-mużika upbeat hipster, l-istil tal-ħajja taż-żgħażagħ u tajbin, u naturalment l-immagni fotografija trendy li jwasslu biex jidhru li kien reklamar għal iPhone jew sneakers trendy ġodda qabel il-logo jew prodott deher fl-aħħar ta 'dan. Li minħabba li dawn iż-żewġ marki huma estremament ta 'suċċess bl-istil marketing tagħhom u jżommu konsistenti.

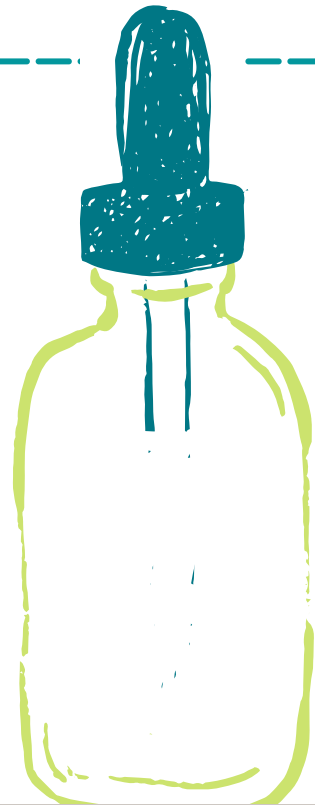
Il-fonts, il-paletta tal-kulur u s-semplicità Oħloq rikonoxximent viżwali immedjat mill-udjenza tagħhom u kien miksub billi tkun konsistenti matul kollha ta 'tagħhom pjattaformi ta' komunikazzjoni, anke meta huma jappellaw għal età/demografija differenti udjenzi.



Żomm f'moħħok li l-konsumaturi jirrispondu għall-familjarità mal-pożittività kbira, ħalli l-identità viżiva tiegħek toħloq kumdità u sens ta' familjarità, kemm jekk tkun festa għall-għajnejn kif ukoll jekk titqaxxar u tkun sempliċi.

ESSENZA

Il-messaġġ tiegħek, dak li trid tikkomunika permezz tal-marka tiegħek waħdu mhuwiex biżżejjed biex tikkonnettja mal-klijenti/l-udjenza tiegħek. Huwa t-ton u l-attitudni tal-messaġġ tiegħek u l-mod li inti se tikkomunika dan li se tagħmel id-differenza biex jattiraw l-attenzjoni u jżommu dik il-konnessjoni.



Jekk iddefinixxejt identità viżiva ħafifa iżda l-kopja tat-test tiegħek tuża dikjarazzjonijiet diretti u rigidi, allura qed tħawwad lir-riċevitur tal-kampanja ta' komunikazzjoni tiegħek, li huwa totalment oppost mill-għan tiegħek li toħloq/tibni l-fiduċja u l-kumdità. It-ton viżiv għandu jkun konċiż bil-lingwa użata.

Fejn hi l-kreattività għalkemm?

Jista' jkun wisq konsistenti jsiru bla rażan u boring għall-udjenza tiegħek?

Ukoll, il-konsistenza ma tittraduċix għal ripetizzjoni boring, iżda pjuttost iż-żamma fi ħdan l-istess valuri u linji gwida viżwali. Kampanji u marki kbar huma mibnija fuq idea konsistenti ħafna, iżda joffru wkoll varjazzjoni peress li għandhom l-għan li jżommu lill-udjenza tagħhom involuta u intrigata dwar kif se tkun l-esperjenza tal-messaġġ tal-kampanja li jmiss.

NARRATTIVA

Prosit!

Issa ħloqt

stil viżwali aqwa

u appoġġjati dan up ma 'xi stampi oerhört sew crafted/magħżula.

Wasal iż-żmien li tikkunsidra u toħloq l-istorja tiegħek.

l-istorja wara marka tiegħek se tieħu inti ftit passi lura għall-missjoni tiegħek. Mhux dawn it-tnejn l-istess, tista' tistaqsi? Ukoll, mhux pjuttost, il-missjoni ta 'mikronegozju crafting tiegħek jorjenta marka tiegħek f'direzzjoni partikolari; l-istorja tiegħek hija dik li se turi kif inti taġixxi fuq bażi ta 'kuljum biex tilħaq u twettaq din il-missjoni. Bħal kull meta niġu għall-branding u l-identità viżwali, din l-istorja għandha wkoll tkun konsistenti mat-tip ta 'identità tal-marka inti ddeċidiet u qed ttipprova tibni.



Anke jekk inti jirnexxilek toħloq l-identità

viżwali aktar aqwa, x'se

lkkonnettja inti ma 'nies, ma tiegħek

klijenti, bl-udjenzi tiegħek huwa

narrattiva tiegħek, u din hija xi ħaġa

li għandek bżonn iżżomm fuq u tiftakar.

SHOWTIME Identità tal-marka!

Ħin biex shine! Tista 'tiċcelebra għal mument issa li inti għandek identità ċara marka viżwali, u mbagħad tibda tużaha biex jespandu l-isforzi tiegħek marketing viżwali. Inti tista 'timplimenta branding tiegħek fil-pjattaformi li ġejjin biex jinfirxu konsistenti, messaggġ ċar għall crafting tiegħek il-mikronegozju.



- Website
- Materjali tal-Kummerċjalizzazzjoni Fiżiċi
- Ilbies tad-ditta
- Aħżen l-Ambjent u l-Atmosfera
- Il-Preżenza u l-kampanji tal-Midja Soċjali
- Preżentazzjoni viżiva f'wirjiet/fieri tal-artiġjanat
- Vidjo/tutorials

Żomm f'moħħok li meta tuża konsistenti, sal-punt, immaġni b'saħħitha tal-marka, se jkollha ritorn ogħla dwar l-investment (kemm monetarju kif ukoll fiż-żmien)

peress li

se resonate aktar fil-fond mal-baži tal-klijent tiegħek u se toħloq esperjenza ta 'marka memorabbli u koeżiva li

se tagħmel il-klijenti tiegħek redditu għal xiri fil-futur.



MINN MARKA GĦAL ESPERJENZA

Żieda karattru kreattiv għall-marka tiegħek, vuċi, tipografija, ippakkjar tad-dwana, displays tad-dwana, u ħsejjes.



X'inh i esperjenza Brand?

Esperjenza tal-marka biex tpoġġiha sempliċement hija kif klijent iħoss dwar il-marka tiegħek qabel, matul u wara l-interazzjonijiet tagħhom miegħek. Għaliex huwa importanti li tinvesti fl-esperjenza tal-marka tiegħek? L-ewwel nett biex tiżgura li l-esperjenza tal-marka tiegħek hija tabilħaqq dik li trid tpoġġi fid-dinja kif imsemmi fil-kapitolu preċedenti dwar il-komunikazzjoni tal-istorja u l-missjoni tiegħek. Ukoll l-impressjoni, l-immagni dejjiema u sensazzjoni ta 'esperjenza marka tiegħek se jaffettwaw jekk klijent prospetti għal xiri futur u jekk huma jirrakkomandaw marka tiegħek lill-oħrajn.

Fil-qosor esperjenza marka hija s-somma tal-ħsibijiet kollha, sentimenti, sensazzjonijiet u reazzjonijiet xi ħadd għandu bi twegiba għall-marka tiegħek. Ma jiddependix fuq kanal ta' komunikazzjoni speċifiku wieħed jew tip ta' midja, huwa r-riżultat tat-tul ta' żmien impressjoni li tibqa' ma' xi ħadd wara li jkunu interaġixxew /tara l-marka tiegħek fi kwalunkwe ambjent.

X'jagħmel l-esperjenza tal-marka importanti?

L-esperjenzi pożittivi jgħinu l-ħolqien ta' konnessjonijiet aktar profondi, għandhom it-tendenza li jspiraw lill-udjenza, u dak li int l-aktar interessat f'dan il-punt, jagħtu r-rizultati. Esperjenza marka tiegħek, l-impressjoni dejjiema li tħalli, jista' jkun il-fattur deċiżiv dwar jekk marka tiegħek se jintgħażlu, riveduti jew rakkomandati lil xi ħabib jew kumpanija oħra. Wara li qal li, issa huwa faċli li tifhem għaliex il-kumpaniji se jinvestu perċentwal kbir tal-baġit tagħhom marketing u branding biex isibu modi biex joħolqu impressjonanti u l-attenzjoni ħtif esperjenzi tad-ditta.

Madankollu ħtif attenzjoni ma jfissirx kiri go tal-esperjenza marka konsistenti, l-esperjenza marka konsistenti hija l-pedament għall-interazzjonijiet kollha u impressjonijiet. Il-konsistenza tal-marka hija KEY fil-ħolqien ta' relazzjonijiet tal-klijenti dejjiema u ż-żieda fir-rikonoxximent tal-marka, li min-naħa tiegħu se jżid il-bejgħ u l-bażi tal-klijenti.

Hemm bilanċ bejn il-konsistenza u l-kampanji eċċitanti. Għandek bżonn tiegħu t-triq tan-nofs u tagħmel it-tnejn sew, il-ħolqien ta' kampanji eċċitanti li huma friski u trendy filwaqt li jibqgħu konsistenti daqs possibbli għall-immagni tal-marka tiegħek u narrativa.

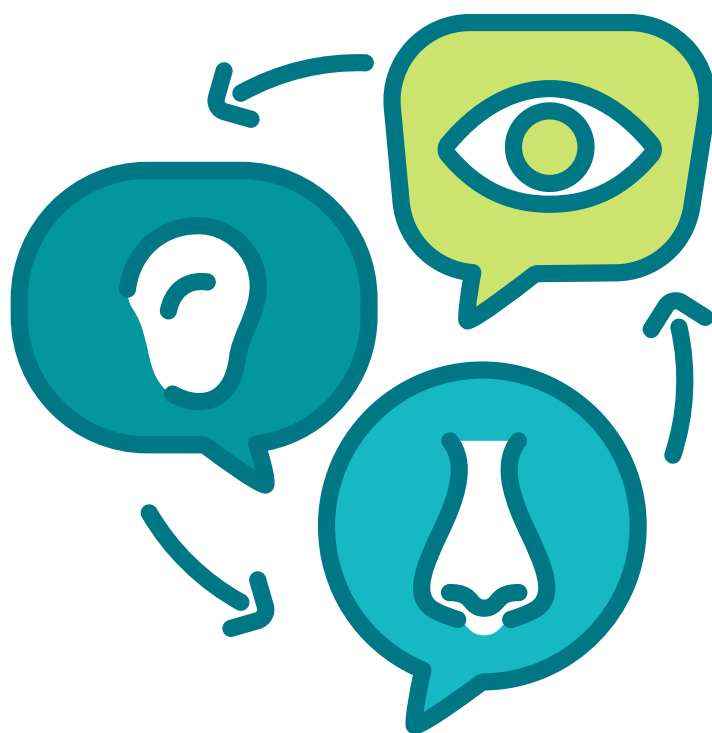


Kif toħloq strategija ta 'esperjenza ta' marka kbira

Biex tinħoloq esperjenza ta 'marka kbira strategija preparazzjoni hija meħtieġa, li għamilna fil-kapitolu preċedenti fejn aħna identifikajna u fhimna bażi udjenza/klijent tagħna. Qabel ma toħloq xi strategija trid tiżgura li jkollok fehim tal-udjenza tiegħek, x'għandek bżonn u x'tixtieq, u x'tixtieq tikkomunika magħhom. Meta tifhem u tibbilanċja dawn it-tnejn, allura biss tkun tista' toħloq esperjenza sinifikanti, memorabbli u awtentika li tappella lill-udjenza tiegħek.

1. Involvi s-sensi

Esperti sensorji wrew li meta aħna appell għal żewġ sensi jew aktar filwaqt li jkollhom esperjenza, jagħmel l-esperjenza aktar konvinċenti u memorabbli, li hija xi ħaġa li totalment jagħmel sens.



Marki bħal Sharpie użaw dan biex jagħmlu l-prodotti tagħhom aktar memorabbli billi jkollhom markaturi tagħhom li jinstemgħu, u žid riħa qawwija. Marki oħra se joffru kampjuni b'xejn għall-prodotti tagħhom sabiex ikunu konnessi fuq livelli sensorji differenti mal-klijenti tagħhom u mhux biss il-kummerċjalizzazzjoni diġitali u tal-istampar.

Fid-dinja crafting dan mhuwiex daqshekk diffiċli biex jinkiseb, huwa afterall huwa prodott aħħari ħafna tattili u sensorjali, u xortik tajba inti, sensi jimxu id f'id mal-esperjenza. Sib mod biex tikkonnettja l-input sensorju tal-prodott tiegħek għall-esperjenza tal-marka tiegħek u għandek rebbieħ. Kif tikseb dan? Ukoll hemm diversi modi biex jinkiseb dan, xi wħud jinkludu l-ħolqien ta 'kontenut ta' prodott effettiv, li t-teknoloġiji l-godda jagħmlu aktar li jistgħu jinkisbu kuljum, bħal 360 fotografija, li jistgħu jagħtu l-sentiment lill-klijent tiegħek li huma esplorazzjoni tal-prodott fil-ħin reali, jew snippets awditorji qosra tal-proċess crafting tiegħek, li jgħaqqdu klijent tiegħek għall-proċess, ħsejjes u stampi ta inti tipprepara l-prodott qabel it-tqegħid għall-bejgħ (viżiv + kontribut tas-smiġħ).

2. Parteċipazzjoni f'avvenimenti

Anki jekk huwa awto spjegazzjoni, billi jipparteċipaw fil-fieri inġenji, avvenimenti eċċ huwa mod tajjeb ħafna biex tirbaħ l-attenzjoni ta 'udjenza mixtieqa tiegħek u jiksbu lealtà tagħhom permezz tal—
appell sensorju dirett u l-espożizzjoni estiza għall-prodotti tiegħek fl-isfera fiżika, minbarra l-lussu li għandek ta twassal narrattiva tiegħek, missjoni u l-istorja direttament lilhom.



3. Parteċipazzjoni fil-kultura popolari

Ilaħħqu mal-Kultura Pop, anki jekk hija ħajja qasira u tiffoka fuq il-ħin, ma tipprovdix opportunitajiet bla tmiem għall-espożizzjoni, u għalik biex tuża l-esperjenza marka tiegħek permezz ta' dawn ix-xejriet biex jgħaqqdu mal-udjenza eżistenti tiegħek, iżda wkoll biex jattiraw oħrajn godda.

Dan jista' jinkiseb billi jipparteċipaw fl-aħħar sfida TikTok jew latching fuq l-aħħar stagun ta' spetaklu TV hit, jew xejra Instagram.

Oqgħod attent matul il—

fażi ta' implimentazzjoni ta' dawn l-attivitajiet kif teħtieg żmien bir-reqqa u attenzjoni għad-dettall, iżda meta jsir id-dritt, jista' jkun pjuttost b'saħħtu.



4. Tipp personalizza l-messaġġ

Sibt il-marka tiegħek, inti dehret l-istorja tiegħek, in-narrattiva tiegħek, il-missjoni tiegħek u issa qed tikkomunika mal-udjenza tiegħek. Filwaqt li tiffoka fuq dan kollu ta' hawn fuq biex tirrakkonta l-istorja tiegħek, fl-istess ħin trid turi kif il-missjoni tal-prodott/servizz tiegħek issir parti mill-istorja tal-klijenti tiegħek. Għandek bżonn biex tipprijoritizza personalizzazzjoni tal-esperjenza tal-marka tiegħek, peress li ser jgħinek tikseb il-fiduċja u l-konnessjoni mal-klijenti tiegħek.

Biex tagħmel dan il-punt ftit aktar tangibbli ejja jieħdu Ikea pereżempju. IKEA, kumpanija tal-bejgħ tal-għamara, investiet ammonti sinifikanti ta' flus biex toħloq applikazzjoni tar-realtà awmentata (AR) biex tgħin lill-klijenti tagħhom biex jivviżwalizzaw il-prodotti tagħhom fl-ispazju tagħhom stess.

Huma kisbu dan permezz tal-ingaġġ tal-klijent tagħhom, u t-tqegħid tal-prodott tagħhom (anke fuq livell virtwali għall-ewwel) fi ħdan ir-realtà tal-klijent u l-ambjent tal-għajxien tagħhom, u b'hekk ħolqu konnessjoni. Dan il-livell ta' personalizzazzjoni forsi ma jistax jintlaħaq għan-negozju tal-mikroartigjanat iżda ntuża bħala eżempju biex jinftiehem dak li nfissru bil-personalizzazzjoni f'termini ta' stejjer, narrattivi u konnessjoni.

L-idea ġenerali tal-messaġġ personalizzat li jgħin lill-marka jikkomunikaw dak li trid taqsam iżda b'mod li jaqbel u joqgħod fil-ħajja personali u l-esperjenza tal-klijent tiegħek, filwaqt li fl-istess ħin juri kif il-marka u l-prodotti tiegħek se jtejbu din l-esperjenza.



INTERESS INTELLIGENTI STRATEGIJA



Pinterest?

Verament?

Bhala ghodda branding għall-mikronegozju

snajja tiegħek?

Minkejja li tista' tkun sorpriża, peress li Pinterest kien magħruf bhala go to place għall-iskoperta ta' ideat u ricetti tad-dekorazzjoni fid-dar, din hija pjattaforma li tant hija aktar minn hekk. Huwa fil-fatt l-aktar famużi u użati search engine viżwali, li tospita zillions ta' grafika, links, ispirazzjoni u ritratti għal bażikament kważi kull haġa li tixtieq issib.

Kif ma li jgħaqqdu mal-mikronegozju crafting tiegħek? Ukoll Pinterest meta użati b'mod korrett huwa bażikament il-go għall-post għan-negozju ma 'immaġini oriġinali u l-fotografija skont l-istatistika ta' Pinterest. Aktar minn 55 % tal-utenti tagħhom qed jilloggjaw biex ifittxu ritratti ta' prodotti godda u r-rizultati wrew li l-pjattaforma hija waħda mill-aqwa ħwienet tal-midja soċjali biex issuq it-traffiku lejn is-sit web tiegħek.

Kif toħloq l-immagħni dritt?

Mill-immagħni dritt inti qiegħed tfittex għall-immagħni li se jagħtu spinta lill-impenn u se jiġġeneraw l-aktar klikks. Biex tagħmel dan hemm ftit hacks jew tips inti tista 'ssegwi biex tipprowa tutilizza din il-pjattaforma bl-aħjar mod possibbli.

1.Imma l-ewwel ejja Brand profil tiegħek

Fil-kapitolu 1 tal-modulu branding aħna marru permezz ta 'kif inti tista' tibni immagħni tal-marka viżwali involviment u koerenti għall-mikronegozju crafting tiegħek.

Bl-użu ta 'din il-marka viżwali koerenti involviment inti issa se marka immagħni tiegħek, bil-logos tiegħek microbusiness crafting, fonts, stil grafiku u watermark diskreta. Hija dejjem idea tajba li żżid URL website tiegħek sabiex l-udjenza tiegħek se jkollhom aċċess faċli għal fejn jistgħu jsibu informazzjoni addizzjonali/rizorsi fuq il-marka tiegħek.

Mela ejja adsa aktar fil-fond dwar kif inti tista 'tagħti touch personali lill-profil Pinterest tiegħek u kif inti tista' jagħmilha OWN tiegħek.



L-ewwel pass huwa li tiżgura li toħloq Kontta' Interess ta' Negozju. Dan se jippermetti inti għandek aċċess għal għodod essenzjali bħal pinnijiet sinjuri, analytics u aktar.

Imbagħad jeħtieġ li tippersonalizza l-profil sabiex isir faċli li tirrikonoxxi u tikkonnettja mal-identità viżiva koerenti tal-marka tiegħek li ħloq fil-kapitoli preċedenti, filwaqt li żżid il-mess personali tiegħek ma' din il-pjattaforma online ġdida.



Aghżel bord tal-qoxra

X'inhum bord tal-qoxra? Bord tal-qoxra fuq Pinterest huwa il-bord li se jidhru fil-quċcata tal-profil tiegħek, u se juru pinnijiet minn dan il-bord. Il-viżitatur għall-profil tiegħek mhux se jkun jista' jikklikkja fuq il-pinnijiet individwali

ta' dan il-bord, iżda se jkun hemm rabta mal-specifiki

Bord li wieħed jista' jesplora fil-kantuniera tad-disinn kopertura.

Dan il-bord huwa l-post ideali biex jinkludu bord ditta għall-mikronegozju sengħa tiegħek, li għandhom jinkludu shots prodott, disinni oħra mill-kumpanija tiegħek, blog posts, u grafika biex jiżguraw li inti tagħti profil tiegħek ħarsa ditta.

Iċċekkja l-eżempji hawn taħt [Ideat fil 5 minuti](#), [Sundance catalog](#), [Sundance bordijiet katalogu](#), [bord kopertura Melyssa](#), [Fern Street Potterija](#)

5 minuti, Sundance Bordijiet katalogu, bord kopertura Melyssa, Triq Fern Potterija

Aghżel sa ħames bordijiet ta' vetrina

Tista' tagħżel sa massimu ta' ħames bordijiet biex turi n-naħa ta' fuq tal-profil tiegħek li se jidher direttament taħt il-bijo u ismek u l-aħjar parti hija li dawn se jidhru wkoll u jiżżerżqu minn bord għall-ieħor kif jidher [hawn fuq il-profil ta' Melissa](#) jew [hawn għal Sundance Home](#). Dawn il-bordijiet huma l-aħjar post biex karatteristika bordijiet blog tiegħek, servizzi, u l-prodotti, u post ideali biex jaqsmu l-esperjenza tal-marka tiegħek b'mod viżwali ħafna.

Applowdja ritratt tal-profil

Bhal fil-pjattaformi kollha tal-midja soċjali, aħseb u ara bl-akbar pjattaforma viżiva, trid ittella' ritratt tal-profil li jirrappreżenta bl-aħjar mod possibbli l-mikronegozju tas-sajja' tiegħek. Dan huwa probabbli biss logo tiegħek stabbiliti fi kwadru 165 x 165 pixel immagni jew immagni tal-inti mal-ingenju tiegħek. Dan jiddependi fuq l-istrategija tal-marka viżwali tiegħek li inti ddeċidiet fuq fil-kapitoli preċedenti. Jekk inti l-wiċċ tan-negozju tiegħek, madankollu, inti tista' minflok tikkunsidra li ttella' headshot professjonali tal-inti.



Ikteb id-dikjarazzjoni bijo/ingener tiegħek

Il-konsistenza u l-koerenza huma kruċjali hawnhekk. Kif imsemmi fil-kapitoli 1 u 2, id-dikjarazzjoni tal-bijo/ingenji tiegħek għandha tkun bejn wieħed u ieħor l-istess fil-pjattaformi kollha tal-midja. Pinterst għandha limitu ta' 160 karattru. Biex ngħinuk tikteb id-dikjarazzjoni tal-bijo/ingener tiegħek, f'loqna preżentazzjoni pass pass b'mistoqsijiet dwar il-limitu ta' żmien wara li inti għandek tkun kapaċi li jikkomponu dikjarazzjoni bijo involviment għall-użu fil-pjattaformi kollha. Tista' taċċessa l-preżentazzjoni

Hawn

Marka tkopri bord tiegħek

Pinterest toffrilek il-possibbiltà li tagħzel koperturi speċifiċi għall-bordijiet tiegħek. Għaliex dan huwa importanti? Ukoll jekk ġestiti u kurati b'mod ispirat, inti tista 'tagħmel minnhom jaqblu branding tiegħek u l-bqija tal-profil Pinterest tiegħek, jagħtiha immagni koerenti.

Biex jinkiseb dan hemm ftit modi kif tista 'tagħmel dan, wieħed huwa li joħolqu u jtellgħu tkopri bord separati għal kull bord u mbagħad link għall-websajt tiegħek/e-shop/online preżenza; jew tista 'żzommha sempliċi u sempliċement pin immagni minn kull bord tiegħek li taqbel mal-kuluri tal-marka tiegħek sabiex ikun hemm skema/mudell ovsju tal-kulur matul il-profil tiegħek, u li hija koerenti mal-marka viżwali li ħloqt fil-passi preċedenti.

Ivverifika l-websajt tiegħek

Aħna kważi jsir bit-twaqqif tal-profil Pinterest tiegħek, iżda qabel ma nagħlaq l-affarijiet ikollok bżonn tagħmel haġa oħra: ivverifika l-websajt tiegħek. Billi tagħmel dan tkun tista' tikseb aċċess għall-analitika għall-websajt tiegħek fuq Pinterest u tosserva liema pinnijiet jaqsmu aktar informazzjoni dwar il-link tiegħek, jekk l-udjenza tiegħek tirrelata aħjar mal-artikli, il-prodotti, it-tutorials jew informazzjoni oħra li taqsam.

Biex tivverifika website tiegħek, Pinterest se jagħtuk kodiċi snippet li inti ser ikollok post fuq il-websajt tiegħek. Hemm plugins WordPress li jistgħu jgħninu, jew l-iżviluppatur tiegħek jistgħu jimmaniġġjaw dan għalik.

Anki jekk m'għandekx il-kapaċità li tanalizza u tuża din l-informazzjoni, l-analitika mill-bidu hija prattika tajba biex tiġi stabbilita mill-ewwel jum, għalhekk meta jkollok il-kapaċità li tanalizza l-udjenza tiegħek id-data kollha hija diġà fis-seħħ u tista' tgħaddi minnha.

2

1. Iddetermina l-istrategija tal-kontenut tiegħek

Allura inti għandek Pinterest Account tiegħek kollha stabbiliti bl-analitika u kollha, għalhekk hawnhekk taqa 'l-kwistjoni ta' liema tipi ta 'kontenut għandek tkun qsim fuq

Pinterest? Pinterest hija pjattaforma organika ħafna, hemm varjetà ta 'kontenut li jwettaq eċċezzjonalment tajjeb fuq il-pjattaforma minn infografika għal pinnijiet prodotti jew blog posts. Kollha rċevew impenn eċċezzjonali.

Għall-fini ta 'dan it-taħriġ online, aħna se tipprova tmur permezz ta' xi wħud mill-kontenut l-aktar popolari, u inti tista 'żzomm dawk li resonate miegħek, marka tiegħek u l-għanijiet tal-mikronegozju crafting tiegħek.

Wara dan it-taħriġ u t-test, l-input viżiv huwa aħjar, hawnhekk hemm link għal 50 Amazing Pinterest Accounts Kull Bżonnijiet Kreattivi ta 'Segwitubiex dawn il-kliem u l-għarfien jiġu tradotti f'immagni viżwali.

Pinnijiet tal-prodott

l-utenti tal-midja soċjali jinsabu fuq Pinterest għall-kontenut viżiv, kemm jekk huma ħwejjeg, rigali għall-familja, dekorazzjoni tad-dar jew oġġetti funzjonali. Jekk il-mikronegozju tiegħek huwa bejjiegħ bl-imnut jew diġà għandek ħanut online għandek definittivament tinvesti l-ħin u l-isforz biex toħloq ritratti stordament tal-prodott, is-servizzi jew in-narrattivi tiegħek u tbiddilhom f'pinnijiet. Għaliex għandek tinvesti ħin f'dan? Ukoll, statistika interessanti Pinterest hija li 72 % tal-utenti tal-pjattaforma qalu li huma jiġu ispirati li jixtru mill-narrattiva viżwali tal-prodott anki jekk ma kinux qed ifittxu li jixtru xejn. Attraenti prodott/servizzi ritratti se jappoġġjaw l-isforzi tiegħek fil-qbid/involviment atenzjoni udjenza u jsuq din l-ispirazzjoni impulsiv biex jixtru lejn marka tiegħek Crafting microbusiness bl-imnut.

Blog post grafika

Blog postijiet li jippromwovu l-artikli li inti tippubblika fuq il-websajt tiegħek jew eshop, huma tip pin aqwa peress li huma paired ma 'grafika involviment xieraq. Ikollok bżonn li jiġi żgurat li dawn il-grafika huma mfassla tajjeb ħafna, vertikali u għandhom jispikkaw fuq l-għalf ta 'xi ħadd, bħall-pinnijiet Hawn.

Kalamiti taċ-ċomb

Strategijaoħra ta 'kontenut effettiv għal Pinterest huwa li tagħmel visuals vertikali sabiħ li jirreklamaw kalamiti ċomb tiegħek. Kun żgur li d-disinn kalamita ċomb huwa eye-catching u jinkoraġġixxi lill-utenti biex ikklikkja u tniżżel Jittieħed tiegħek.

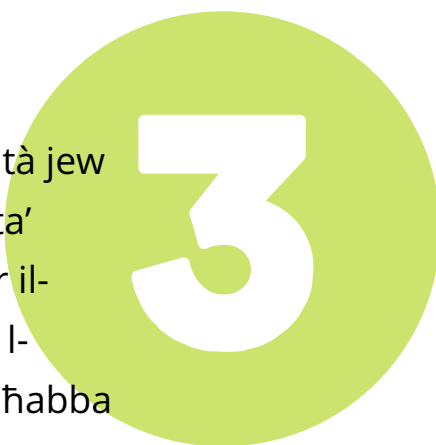
1. Ingħaqad mal-bordijiet tal-komunità

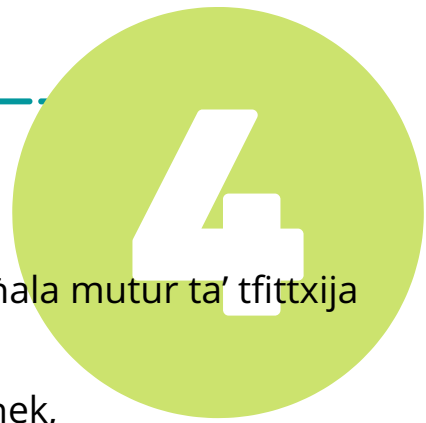
Il-ħolqien u l-parteciġazzjoni f'bordijiet tal-komunità jew tal-gruppi huwa tattika meraviljuża ta' marketing ta' Pinterest li tista' tgħin biex tinxtred il-kelma dwar il-kontenut tiegħek. Huwa t-teknika ideali li jesponu l-materjal tiegħek għal udjenzi godda fjamanta minħabba l-utenti ta' Pinterest jistgħu jistiednu oħrajn biex jikkontribwixxu għal bord.

Fittex Pinner magħrufa sew fin-niċċa tiegħek u ara jekk għandhomx bordijiet tal-grupp għas-settur tiegħek.

Agħti daqqa t'għajn lejn id-deskrizzjoni ta' dak il-bord biex tara jekk tistax issib xi regolamenti jew link biex tapplika biex tingħaqad. Spiss, kull ma trid tagħmel biex tikseb miżjud huwa jibgħat is-sid email jew jimla formola ta 'kuntatt u jsegwu kont tagħhom.

Ladarba tiffirma, għandek tkompli tkun attiv.





4. Enfasi fuq il-Pinterest SEO

Peress li Pinterest essenzjalment tiffunzjona bħala mutur ta' tfittxija viżwali, hija għandha l-algoritmu tagħha stess u l-linji gwida SEO. Biex tara żieda ranking tiegħek, inti għandek tikkoncentra fuq Pinterest SEO tiegħek u jużaw dawn il-linji gwida għall-profil tiegħek stess.

Bil-pjan tiegħek marketing Pinterest, inti għandek tikkoncentra fuq l-użu keywords fi tliet postijiet ewlenin.

Il-profil tiegħek

Tutilizza keywords f'ismek kif ukoll bijo tiegħek biex juru fil-rizultati tat-tiftix anke meta n-nies qed ifittxu biss informazzjoni dwar l-oġġetti tiegħek.

Inti għandek total ta '65 karattru għall-użu għall-isem Pinterest tiegħek u 160 għall-bijo tiegħek; aħna parir tagħmel l-aktar minn dawn il-karattri li naturalment jinkludu l-keywords aktar popolari fis-settur tiegħek.

Pinnijiet tiegħek

Kun żgur li t-titolu u d-deskrizzjoni tiegħek fihom keywords pertinenti relatati mal-pin tiegħek.

Inti ma tridx li sempliciment "għalf keyword," jew cram-deskrizzjoni ma 'diversi keywords li mhumiex naturalment użati bħala parti minn sentenza jew paragrafu, bħad ma' kwalunkwe tip ieħor ta 'ottimizzazzjoni search engine.

Minflok, għandek tiżgura li d-deskrizzjoni tal-pin tiegħek tinkludi l-keyword prinċipali kif ukoll ftit keywords aktar sekondarji sabiex kemm l-utenti kif ukoll l-algoritmu Pinterest ikunu jistgħu jifhmu malajr x'inhi l-pin.

Dan iżid il-probabbiltà li l-pin u l-pinnijiet relatati tiegħek jidhru fir-rizultati tat-tiftix.

Il-bordijiet tiegħek

Aħħar iżda mhux l-inqas, inti tixtieq li tiżgura li l-ismijiet ta' 'bordijiet pin tiegħek jinkludu keywords mira aktar milli dawk ħelu jew umoristiku.

Anke jekk inti tista' 'tgawdi l-kunċett ta' użu titoli jilgħab għall-bordijiet pin tiegħek, SEO huwa kruċjali f'dan il-każ.

Żomm li jmiss bord titolu tiegħek sempliċi, bħal "Strategiji Pinterest," minflok "Pin, Pin, Pin!"

Flimkien ma' keywords primarji u sekondarji tiegħek, għandek tinkludi wkoll deskrezzjonijiet tal-bord li jispjegaw lill-utenti dak li jistgħu jsibu fuq il-bord.

5. Skeda l-pinnijiet friski

Kontinwament qsim kontenut għdid fuq Pinterest hija l-fażi finali fl-approċċ tiegħek ta' 'ħames stadji marketing Pinterest.

Billi tagħmel dan, tista' tgħolli l-kalibru tal-profil tiegħek u żżid iċ-ċansijiet li Pinterest jinkludi links għall-materjal tiegħek fir-riżultati tat-tiftix.



SCHEDULE

IBDA MILL-BIDU A

KANAL TAL-YOUTUBE

Il-mod kif nikkunsmaw il-kontenut diġitali jinbidel kif jagħmel l-ambjent diġitali. Issa huwa ħafna aktar sempliċi għall-utenti tal-internet li jkollhom aċċess għal materjal vidjo minħabba konnettività aktar veloċi. Għalhekk jiġi bħala l-ebda sorpriża li video qed tagħti riżultati aqwa min jirreklama.

Għal 95 % tan-negozjanti tal-vidjos, il-vidjo tejjeb il-komprensjoni tal-konsumatur tal-prodott jew tas-servizz, żied it-traffiku għal 87 %, u pproduċa riżultati għal 83 %.

Fil-fatt, 80 % tan-nies innotaw żieda fil-bejgħ bħala riżultat dirett tal-vidjos. Dan juri kif importanti video rwol jilgħab fl-istrategġiji tal-marketing tiegħek. Huwa interessanti li wieħed jinnota li video tendenza li kwistjoni aktar fil-kummerċjalizzazzjoni B2B milli fil-kummerċjalizzazzjoni B2C. L-Istitut tal-Kummerċjalizzazzjoni tal-Kontenut jirrapporta li 71 % tan-negozjanti B2B u 66 % biss tan-negozjanti B2C jużaw il-vidjo fil-kontenut tagħhom. Ma 'dan kollu f'moħħu, huwa dwar iż-żmien li tiffoka fuq YouTube, li huwa l-mezz preferut għal kontenut ta'vidjo.

Għaliex inti stajt qatt utilizzat il-pjattaforma għall-marketing kontenut u huma ċert tniedi kanal ta 'suċċess, inti tista' evitawha qabel.



Iċċekkja dan it-taħriġ biex jitgħallmu kif toħloq kanal YouTube mill-bidunett u lieva għall-espansjoni tal-marka.

Stadju 1: Il-ħolqien ta' kont ta' Google

Tista skip dan il-pass u jmorru fuq il-li jmiss jekk in-negozju tiegħek fuq skala żgħira artigjanat diġà għandu kont Google dedikat. Jekk le, għandek tibda billi tagħmel wieħed.

I-isem u l-indirizz tal-email m'għandhomx għalfejn jigu konnessi mal-marka tiegħek peress li Google mhux se jillinkja pubblikament il-kredenzjali tal-kont tiegħek mal-kont YouTube tiegħek. Biex iżzomm l-interazzjonijiet personali u professjonali tiegħek distinti, huwa preferibbli li tuża kont speċifiku tal-kumpanija. Ukoll, wara li kollha ta 'messaggi YouTube tiegħek u notifiċi f'post wieħed jagħmilha aktar sempliċi biex jimmanigġjaw. Fil-bidu, żur il- "[Oħloq Goo tiegħekgle Kont](#)" paġna. Għandek l-għażla li tuża l-email tan-negozju attwali tiegħek jew twaqqaf waħda ġdida. Dañħal l-informazzjoni meħtieġa, ikklikkja "Li jmiss," u int qed isir.



It-tieni pass: Il-ħolqien ta' kanal tal-marka

Huwa imperattiv li inti toħloq kont marka anki jekk diġà għandek kont YouTube personali meta inti twaqqaf kont Google tiegħek. Dan se jagħmilha aktar sempliċi biex

jaqsmu l-aċċess ma 'oħrajn, marka kanal tiegħek b'informazzjoni dwar il-kumpanija tiegħek, eċċ.



Inizjalment, uża l-kont tiegħek Google ġdid biex tilloggja fil-YouTube. Agħżel "Settings" billi tikklikkja l-ikona tal-utent fir-rokna tal-lemin ta' fuq tal-iskrin tiegħek.

Imbagħad ikollok l-għażla li toħloq kont tal-marka billi tikklikkja fuq "Oħloq kanal ġdid". Ikklikkja "Oħloq" wara li ddaħħal l-isem tal-kumpanija tiegħek jew l-isem li tixtieq tuża għall-kanal uffiċjali tal-YouTube tiegħek.



Inti tista 'tissorvelja l-prestazzjoni tal-kanal tiegħek u vidjos billi jkollhom aċċess għal data kruċjali YouTube analitika jekk għandek kont YouTube marka. Wara dan, inti tista 'tuża dawn is-sejbiet biex jimmotivaw kampanji video marketing tiegħek.

Stadju 3: Markar tal-kanal tiegħek

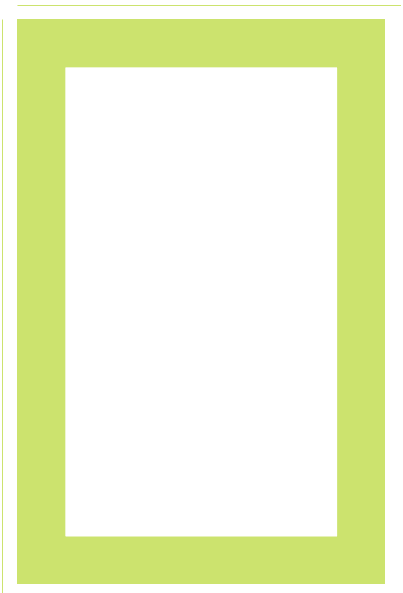
Simili għal pjattaformi oħra tal-midja soċjali, YouTube jeħtieġ li l-identità tal-marka tiegħek tkun konsistenti u murija b'mod ċar. In-nies għandhom jifhemu l-identità u l-missjoni tal-marka tiegħek hekk kif jaraw il-vidjos tiegħek jew iżuru l-kanal tiegħek.



L-ottimizzazzjoni tal-arti tal-kanal tiegħek hija l-aktar approċċ effettiv biex jinkiseb dan.

Tista' 'malajr u faċilment toħloq l-arti tal-kanal YouTube tiegħek, tkopri, u kwalunkwe viżwali oħra li tixtieq tfassal għan-negozju tiegħek b'għodod DIY bħal VistaCreate.

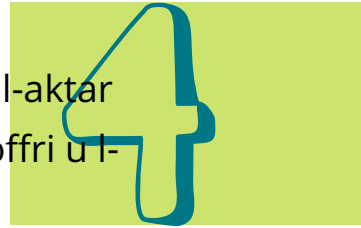
Tista' tuża l-istess ritratt tal-profil u tkopri r-ritratt kif tuża fuq siti oħra tal-midja soċjali biex iżzomm il-konsistenza. Madankollu, anki jekk għandek il-ħsieb li toħloq arti tal-kanal speċifikament għall-YouTube, kun żgur li taderixxi mal-kuluri tal-marka u l-identità viżiva tiegħek.



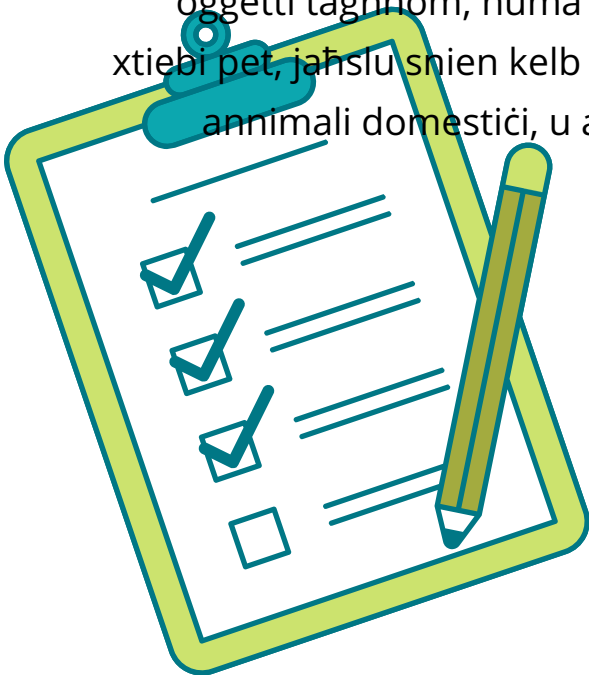
Bħala immaġni tal-profil tagħhom, National Geographic tuża l-logo tar-rettangolu isfar distintiv tal-kumpanija. Ukoll, minkejja li jużaw l-immaġni kopertura kanal biex jirreklamaw episodji godda ta' programm "Cosmos" tagħhom, huma komplew trademark dan billi żżid logo fil-qiegħ.

Pass 4: Ippjanar tal-kontenut tiegħek

Il-proċess biex noħroġu b'ideat ta' kontenut huwa wieħed mill-aktar proċessi diffiċli fil-bidu ta' kanal YouTube. It-tip ta' oġġetti li toffri u l-demografija li qed tipprova biex tilhaq se t-tnejn ikollhom impatt kbir fuq it-tema tal-materjal YouTube tiegħek. Madankollu, videos istruttivi u illuminanti għandhom kmand attenzjoni b'mod ġenerali.



I-ġhanijiet primarji tiegħek għandhom għalhekk ikunu li ddawwal, teduka, u sserraħ ras l-udjenza tiegħek b'films testimonjali filwaqt li turihom ukoll kif jagħmlu xi ħaġa. Chewy, fornitur ta' provvisti għall-annimali domestiċi, postijiet films edukattivi fuq il-kanal YouTube tagħha stess li s-sidien tal-annimali domestiċi se ssib pjuttost utli. Flimkien mal-preżentazzjoni tal-oġġetti tagħhom, huma joffru pariri dwar kif għandhom jiġu installati xtiebi pet, jaħslu snien kelb tiegħek, joħolqu riċetti li huma adattati għall-annimali domestiċi, u aktar. Huma kultant anke post filmati ta' 'Q&A sessjonijiet mal-veterinarji.



Fl-aħħar nett għandek tara liema vidjos iwettqu l-aħjar meta inti ħadthom rilaxxati a varjetà ta' stili u l-kanal tiegħek kisbet trazzjoni aktar. Għandek taħseb ukoll dwar it-twettiq sħarriġ biex issir taf liema abbonati tiegħek tixtieq tara mingħandek.

Pass 5: Investiment fit-tagħmir it-tajjeb

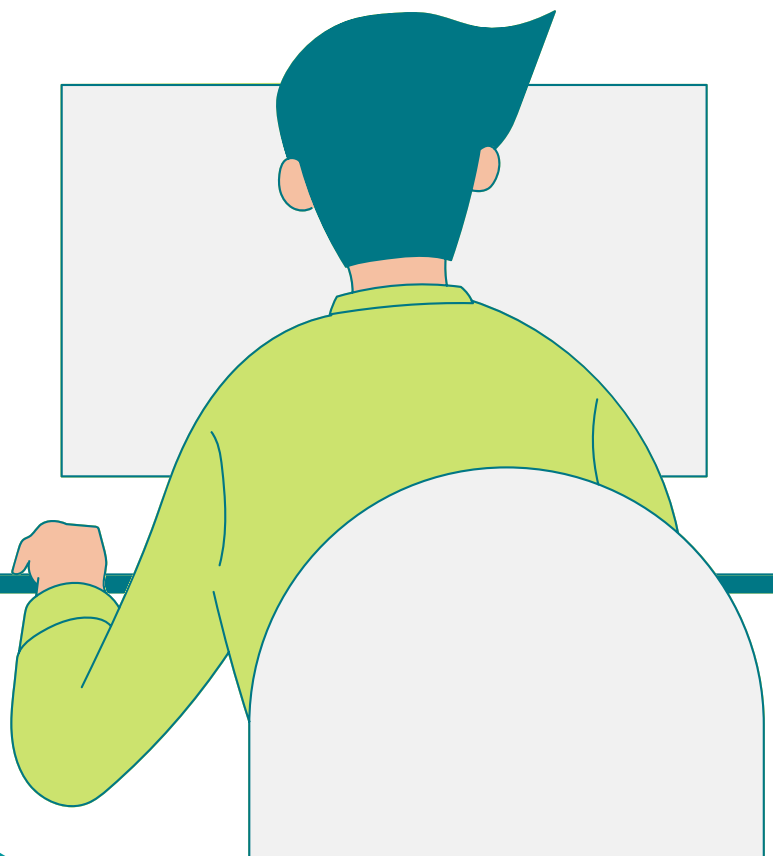
Biex tistabbilixxi l-fiduċja fuq YouTube, bħal fuq pjattaformi oħra tal-midja soċjali, għandek bżonn materjal ta' kwalità għolja. Dan imur lil hinn biss ġejjin ma 'kuncetti li l-udjenza tiegħek se adore.



Barra minn hekk, għandek tonfoq il-flus fuq provvisti u għodod li jagħmluha aktar faċli għalik biex timplimenta l-ideat tiegħek. Il-minimu bare se jkun DSLR jew camera mingħajr mera u mikrofonu rispettabbli, iżda jekk il-baġit tiegħek jippermetti, inti għandek ukoll jaħsbu dwar dawl studio u tripods.

Għal modifiki bażiċi, ikollok bżonn ukoll softwer bażiku għall-editjar tal-vidjo. Dan se jippermetti li inti tneħħi sekwenzi inutili u gaffes, ħoss fl-isfond aktar baxx, eċċ Jekk int biss jkollna bdew, ipprova apps freeware bħall-Windows Movie Maker jew Apple iMovie qabel ma inti tiddeċiedi li jonfqu l-flus fuq għodod aktar sofistikati.

Aktar rizorsi dwar għodod faċli għall-editjar tal-vidjos tiegħek HAWN



Pass 6: Ottimizzazzjoni għall YouTube SEO

Ikollok bżonn li jikkonċentraw fuq l-espansjoni tan-netwerk tiegħek u l-akkwist abbonati aktar minbarra li sempliciment tibda kanal YouTube u bit-tama għall-aħjar. Għandek bżonn żid iċ-ċansijiet tiegħek li tinstab mill-poplu xieraq.



Dan jinvolti l-ottimizzazzjoni tal-kanali u l-vidjos tiegħek għall-YouTube SEO sabiex meta l-utenti jfittxu informazzjoni pertinenti, huma aktar probabbli li ssib.

Biex tibda żzomm f'moħħok dan li ġej:

- Fid-deskrizzjoni tal-vidjo tiegħek u fuq il-kanal tiegħek, uża keywords pertinenti. Għodod keyword komuni, bħal [Ahrefs](#) u [Keywordtool.io](#) jistgħu jagħtuk sugġerimenti keyword speċifikament għall-pjattaforma. Tag tiegħek YouTube vidjos biex tizdied il-probabbiltà li n-nies se jsibuhom. Il-magna tat-tiftix tal-YouTube tista' tifhem aħjar il-kontenut tal-vidjow tiegħek u tiddetermina meta turih fir-rizultati tat-tiftix meta żżid it-tags pertinenti magħha. Uża mezzi bħall- tubuži YouTube TagGenerator biex tikseb rakkomandazzjonijiet tag.

Jimpjegaw thumbnails eye-catching biex jinkoraġġixxu telespettaturi li ikklikkja fuq il-vidjo tiegħek u jgħollu l-għadd ta 'fehmet. Iċ-ċansijiet tiegħek ta' skoperta jizdiedu bin-numru ta' fehmet li tircievi. Biex tagħmel thumbnails tiegħek jispikkaw, pick enticing ritratti u japplikaw test jew grafika bħala overlays. Hares lejn kif il-thumbnails għall-aqwa rizultati tat-tiftix għal "DIY home décor" huma attraenti.

Pass 7: Il-ħolqien ta' karru tal-kanal

Billi tinkludi film promo li jispjega x'jistgħu jantiċipaw mingħandek, tista' tinvolti aktar lit-tele spettaturi meta jżuru l-kanal tiegħek. Ipprova deskrizzjoni qasira tal-marka tiegħek u t-tipi ta' vidjos li tipproduċi sabiex t-tele spettaturi se jifhmu dritt bogħod għaliex għandhom jissottoskrivu għall-kanal tiegħek. Meta xi ħadd żjarat kanal tiegħek, dan il-vidjo karru se awtomatikament tibda playing u jaqbd u l-attenzjoni tagħhom.

Tista' tuża dan il-porzjon tal-kanal tiegħek biex jiddeskrivu dak kanal tiegħek hija dwar minbarra dak il-prodott tiegħek accomplishes u kif dan itejjeb il-ħajja tan-nies. Hello Fresh jilqa 'viżitaturi ma' film li għandu testimonjanzi mill-konsumaturi attwali.

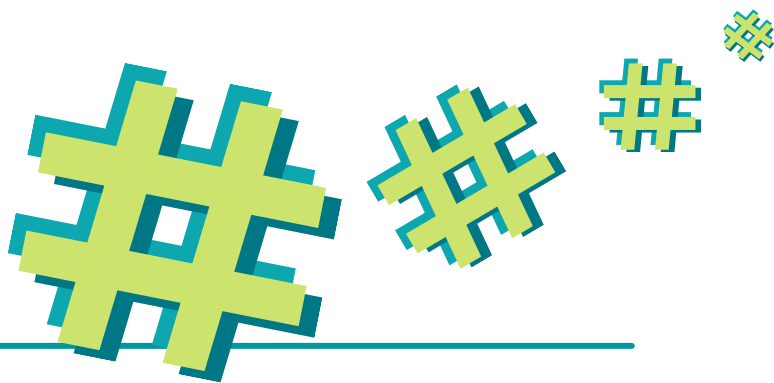
7

8

It-tmien pass: Tkabbir tan-netwerk tiegħek Wara li tlesti l-proċeduri fundamentali biex tniedi kanal YouTube, għandek tiffoka fuq l-espansjoni tan-netwerk tiegħek biex tutilizza bis-sħiħ is-sit. Dan se jeħtieġ ħafna xogħol ta' promozzjoni, inkluż l-istazzjonar links għall-kanal tiegħek kullimkien u l-promozzjoni tal-vidjows tiegħek fuq diversi midja soċjali pjattaformi.

Biex tattira klijenti li l-interessi jaqblu ma 'dawk ta' oġġetti tiegħek, inti tista' wkoll post reklami fi ħdan il-pjattaforma. Barra minn hekk, l-użu ta' reklami mmirati mill-ġdid biex ikun hemm konnessjoni mal-utenti barra mill-pjattaforma. Żomm rekord tal-viżitaturi tal-websajt li esprimew interess fil-kumpanija tiegħek, u mmirahom mill-ġdid b'reklamar fuq il-midja soċjali li jenfasizza l-kanal YouTube tiegħek. Biex twettaq dan, jagħmlu użu minn Rebrandly — [link retargeting tool](#)

TIKTOK GĦAN-NEGOZJU



Kif TikTok huwa differenti minn apps oħra tal-midja soċjali u kif tibda ssib kontenut fuq il-pjattaforma li tgawdi

I-aktar netwerk tal-vidjo popolari f'forma qasira, TikTok, huwa fejn ix-xejriet huma maħluqa u l-awtenticità hija ppremjata; post fejn jistgħu jinstabu n-negozji ta' kull forma u daqs, jiksbu vizibbiltà, jespandu n-netwerks tagħhom internazzjonalment, u jirrealizzaw benefiċċji sinifikanti. B'TikTok, l-utenti jsegwu lil xulxin u jlaħħqu ma' influwenzaturi speċifiċi. Iżda, akbar għid TikTok huwa awtomizzati tagħha For You paġna, li jqiegħed lin-nies fil-qiegħ ta' lembut kontenut algoritmiku kbir, b'kuntrast mal-pjattaformi ħafna soċjali quddiemu, li jipprijoritizzaw segwaċi u ħbieb stil interazzjonijiet. You ħadthom għejjin għall-post perfett jekk inti stess negozju u tixtieq iżżid klijentela tiegħek. TikTok hija l-pjattaforma ideali biex tattira klijenti godda u



espansjoni kumpanija tiegħek minħabba l-komunità attiva ħafna tagħha ta' konsumaturi, trend-setters, u promoturi tal-kelma tal-ħalq. Kull età wasal hawn biex jissieħbu fl-gost, jekk int tipprowa tilħaq Ġen Z, Millennials, ġenituri, jew nanniet, u subkulturi varji congregare hawnhekk biex jiddiskutu l-iskoperti l-aktar reċenti tagħhom.

Organici + Mhallsa = Dejjem Inghaqad

In-negozji li jixtiequ jzidu l-prezenza tagħhom ta' TikTok għandhom jadottaw strategija dejjem involuta. Dan jiżgura li inti tibqa' attiva u konnessa mal-komunità tiegħek, li kontinwament qed tidentifika u tħaddan ix-xejriet.

Xi jfisser "dejjem involuti"? Huwa dak li nirreferu għalih bħala taħlita ta' kollokamenti organici u reklami mhallsa, ikkumplimentati minn kollaborazzjonijiet ma' ħallieqa, li huma esklussivi għal TikTok. Mod tajjeb biex tingħata spinta lill-kampanji tiegħek u timmassimizza l-baġit tal-marketing tiegħek huwa li ssegwi dawn it-tliet elementi essenzjali.

1. Ittestja u tgħallem b'kontenut organiku

Fuq TikTok, hemm għadd kbir ta' modi biex tikkomunikaw n-narrattiva tiegħek, u n-negozji mhumiex ristretti f'kemm jistgħu jipubblikaw materjal organiku.

Ipprova diversi approċċi għall-komunikazzjoni tiegħek narrattiva tad-ditta, u mbagħad tuża l-Kont tan-Negozju TikTok tiegħek biex istantanjament tikseb l-analitika tal-prestazzjoni.

Tista' titgħallem x'jirraguna tajjeb mal-udjenzi billi tuża l-analitika tal-kontenut organiku. Wara dan, tista' strategikament tuża dawk l-għarfien biex jiggraw id-reklamar imħallas tiegħek. Kampanji sponsorjati jagħtu lill-organizzazzjonijiet metriċi dettaljati sabiex ikunu jistgħu jagħtu spinta lis-suċċess tagħhom u jitgħallmu aktar dwar għaliex.

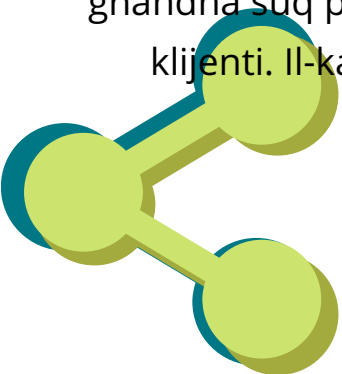


1. l-akbar rakkontaturi tal-istejjer huma l-ħallieqa.

l-utenti ta' TikTok jafdaw l-opinjoni tal-ħallieqa fuq il-pjattaforma, li huma rakkontaturi tal-istejjer naturali u promoturi tal-marka. Fil-post tas-Suq tal-ħallieq TikTok, tista' ssib il-kreatur ideali għall-baġit jew il-kampanja tiegħek, jew tista' tuża Spark Ads biex iddawwar il-kontenut organiku tal-ħallieqa f'reklamar sponsorjat. Madankollu, tista' tinteragixxi mal-komunità direttament permezz ta' kontenut organiku u timmotivahom biex jipubblikaw il-films tagħhom stess iċċentrati fuq ċertu suġġett.

Fl-industrija kongestjonata fejn ir-rakkomandazzjonijiet kelma tal-ħalq huma kruċjali, skincare Tajlandiż ditta BM Collagen miksaba biss li. Il-kumpanija żvelat kampanja mħallsa ċċentrata fuq il-kunċett ta' 'filmat kreattiv ġenwin u intimu. Il-marka ħeġġet fannijiet biex jirrekordjaw videos ta' infushom ftuħ u jutilizzaw supplimenti sbuħija BM Collagen sabiex tinkiseb din l-istorja. B'riżultat ta' dan, l-utenti kellhom sens ta' sjieda fuq il-marka, u ġew prodotti esperjenzi memorabbli li ħeġġew ir-riferimenti tal-konsumatur. Wara li tuża dawn l-assi organiċi b'effett kbir fil-kampanja mħallsa tagħhom, il-marka rat spinta 200 % fil-bejgħ u 5 miljun impressjonijiet. Jespandu l-udjenza tiegħek permezzta 'reklamar imħallas

Peress TikTok għandha udjenza globali, il-kumpanija tiegħek għandha suq potenzjali enormi biex tikseb segwaċi, ammiraturi, u klijenti. Il-kampanja tiegħek tista' tilħaq saħansitra aktar udjenzi godda billi tespandi l-firxa tal-kontenut tiegħek permezz ta' reklamar bi ħlas.



1. Tattiċi versatili għall-ghanijiet tan-negozju tiegħek.

Kont tan-Negozju ta' TikTok huwa l-bażi għal kollox.

**Inċert dwar
x'għandek
tagħmel għall-
posta?**

Għall-ispirazzjoni, ikkunsidra perusing l-kontenut l-aktar popolari fil-Business Creative Hub esklussiva.



Biex tiżviluppa strategija li tkun ta' benefiċċju għall-kumpanija tiegħek, tibqa' żżomm ma' dawn il-linji gwida bażiċi. Uża fluss kostanti ta' materjal organiku biex tittestja u titgħallem, u kontinwament taggusta l-istrategija tiegħek ibbażata fuq kif twettaq. Minn hemm, inti tista' tiddeċiedi fejn jonfqu l-flus fuq qċaċet mħallsa sabiex tigbed aktar vizitaturi għall-pagna profil tiegħek, jespandu bażi fann tiegħek, issuq traffiku aktar għall-website tiegħek, u jiksbu fehmiel aktar.

Meta jkun hemm domanda għolja għal oġġetti u servizzi mill-klijenti, bħal matul il-vaganzi, il-bejgħ lura għall-iskola, u Valentine Jum, jikkunsidraw amplifikazzjoni billi jħallsu u jiżviluppaw marka tiegħek billi tissieħeb ma' ħallieqa TikTok.

URI L-MARKA TIEGĦEK FUQ INSTAGRAM



Għamla Branding a Focus ta 'Kontenut tiegħek bl-użu ta' Brand Style Gwida

Ibda bi gwida stil biex jipproduċu kontenut li l-utenti Instagram tidentifika dritt bogħod. Gwida stil kbir jikkompila kemm il-kopja u l-komponenti viżwali li jiffurmaw marka tiegħek.

Ikkunsidra dan li ġej meta tiddefinixxi l-istandards tal-kopji:

- Il-vuċi tad-ditta u t-ton: Il-kumpanija tiegħek kif tiltaqa' mal-klijenti? Huwa jilqa, istruttivi, snarky, jew xi ħaġa oħra? Użu ta ' emoji: Inti qatt tużahom, huma rilevanti għall-ton tal-marka tiegħek? Liema emojis normalment tuża fil-kopja tiegħek, jekk xejn? Huwa xi ħaġa barra l-limiti? Kostruzzjoni ta' caption: Ma marka tiegħek b'hal captions twal li huma ppakkjati bil-gamm b'dettalji informattivi u l-involvement tar-rakkontar tal-istejjer? Jew tikteb captions qosra?

Biex tiddeskrivi l-istandards viżwali, ikkunsidra dan li ġej:

Personalità tal-marka tiegħek: Huwa dirett u audacious, ta 'benefiċċju u edukattivi, jew xi ħaġa oħra?

Kuluri li jirriflettu l-marka tiegħek: Agħżel skema kulur unifikata jekk inti tiddeċiedi li tinkorpora elementi minn tiegħek marka jew ħolqien ta 'skema ta' kulur personalizzat biss għall-midja soċjali. Estetika li taqbad il-marka tiegħek: Ma materjal tiegħek jidhru charming għall-ġenituri ta 'tfal żgħar, tekniċi għall-klijenti B2B, jew x'imkien bejn?

Fonts li l-marka tiegħek tuża: Liema fonts jirrapprezentaw l-aħjar l-identità tal-marka tiegħek meta jintużaw bħala grafika posta jew overlays f'rukkelli u stejjer?

Billi tgħaqqad l-istruzzjonijiet kollha msemmija hawn fuq f'dokument wieħed li jista' jigi kondiviż, tista' tikseb lit-tim tiegħek fuq l-istess paġna. Oħloq mudelli li jistgħu jerggħu jintużaw għall-materjal tal-midja soċjali tat-tim tiegħek jekk jużaw għodod tad-disinn biex jipproduċuh.

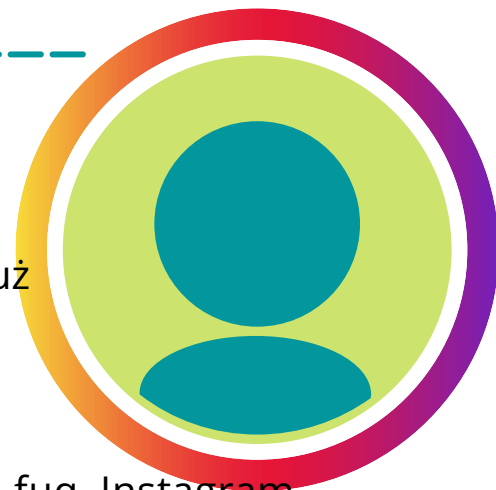
Pereżempju, Canva toffri kit tad-ditta li jippermettilek tiffranka kuluri, fonts, u logos għall-użu f'posts futuri fuq il-midja soċjali. Inti tista 'tagħmel postijiet li jistgħu jerggħu jintużaw, stejjer, u mudelli rukkell li jirriflettu l-istil tal-marka tiegħek ma 'edizzjonijiet ħielsa jew imħallsa tal-app tad-disinn.

2. Ohloq profil Instagram biex tizzied

ir-rikonoxximent tal-marka u l-interazzjoni.

Huwa sempliċi li tibda tipproduċi kontenut meraviljuż mingħajr ma taħseb dwar Instagram marka tiegħek kont. Iżda l-ħolqien ta' profil standout huwa l—

l-ewwel pass fil-ħolqien ta' marka rikonoxxibbli fuq Instagram. Dan jimplika li għandek tikkoncentra fuq żewġ elementi essenzjali: preżentazzjoni kumpanija tiegħek u tenfasizza l-għodod kollha individwi jistgħu jużaw biex isiru klijenti jew evangelists marka.



Ikteb succinct Instagram bijo ewwel li somom up kumpanija tiegħek. Ottimizza l-bijo tiegħek għal Instagram aktar milli tikkopja u waħħalha minn siti oħra tal-midja soċjali. Inkludi marki prinċipali, oġġetti ewlenin, u hashtags tad-ditta f'dan il-qasam biex tgħin lis-suq fil-mira tiegħek isir familjari mal-marka tiegħek. Tista' tirreferi għall-gwida pass b'pass tagħna fuq "Kif tikteb il-bijo ARTIST tiegħek"

Speċjalment jekk il-profil tiegħek m'għandux aċċess għall—
pjattaforma multi-link karatteristika, pick tiegħek
il-bijorabta ta' Instagram bl-għaqaq. Ipprovi l-URL
għal paġna inżul inti maħluqa għall Instagram
utenti li huwa faċli għall-mowbajl u għandu links għall tiegħek
kampanji oħra ta' kummerċjalizzazzjoni tad-ditta, blog posts,
kontenut dehru jew skontijiet, u prodotti u servizzi.

Tista' twaqqaf il-bijo tiegħek biex turi ħanut ta' Instagram Jekk il-Kummissjoni trid tapplika. Il-klijenti jistgħu jolqtu l-ikona tas-Sede Shop biex tipperuża l-għażla tal-kumpaniji tal-animali domestiċi, kif muri fil-bio @chewy Instagram, imbagħad semplicement taptap biex fuq is-sit tar-relazzjonijiet tal-kummerċ.

Uri l-kontenut li l-aħjar jirrappreżenta l-marka tiegħek jew jenfasizza l-kampanji kontinwi tan-negozju tiegħek li jmiss. Instagram toffri żewġ għażliet biex tagħmel dan:

Fil-gradilja Instagram tiegħek, pin sa tliet Postijiet għalf Instagram jew rukkelli. Dawn Postijiet Instagram, li jistgħu jinkludu xejn minn prodott ġdid jew Ftehim kurrenti għal klijent stellar reviżjoni jew kalamita ċomb ġdid, juru up fin-naħa ta' fuq tal-paġna tiegħek.



- Jenfasizzaw stejjer fil-kollezzjonijiet li huma organizzati. Dawn l-istorja tenfasizza, li jintwerew eżatt qabel l-għalf tiegħek, jistgħu jgħinu lill-klijenti fit-tagħlim aktar dwar l-oġġetti u s-servizzi tiegħek, issib ir-rizorsi, jew tesplora materjal iġġenerat mill-utent (UGC).



3. Oħloq Pjan Komprensiv għall-Kontenut

Għandek bżonn strategija b'saħħitha tal-kontenut u iskeda ta 'pubblikazzjoni affidabbli biex jgħinuk biex post ta 'spiss fuq Instagram sabiex tagħmel marka tiegħek jispikkaw. L-estetika tal-kontenut Instagram tiegħek jistgħu jiġu ssimplifikati bl-użu ta 'gwidha stil marka tiegħek.

Allura liema suġġetti għandhom jiġu inklużi fil-kontenut tiegħek?

Ikkoncentra fuq l-ideat u s-suġġetti li huma l-aktar ta' beneficiċċju għall-klijenti u l-klijenti potenzjali tiegħek. Pereżempju, inti tista 'tagħmel dimostrazzjonijiet tal-prodott, tanalizza l-entrati tiegħek blog ifjen, jew twieġeb għall-mistoqsijiet tal-konsumatur. Il-marka tiegħek tista' ssir aktar memorabbli, tikseb il-fiduċja tas-segwaċi aktar malajr, u tiġbed f'udjenja akbar b'kontenut ta' valur għoli.

Jeħtieġ li tkun konxju ta 'dak segwaċi tiegħek huma involuti ma' u dak l-algoritmu Instagram qed tipprijoritizza jekk inti tixtieq li tiżdied il-viżibbiltà tal-materjal tiegħek. Agħmel punt ta 'monitoraġġ analytics Instagram spiss (jiġifieri mill-inqas kull ġimgħa) biex tara dak li bħalissa qed jaħdem għall-marka tiegħek minħabba li dawn iż-żewġ numri jvarjaw matul iż-żmien.

Post eċċellenti biex tibda huwa ma
ħarsa ġenerali għarfien kont tiegħek.

Sib xi żidiet sinifikanti fl-attività?



Identifika l-jiem meta l-ingaġġ jew jilħqu fuq il-kont tiegħek eċċediet tipiku. Sussegwentement, jillocalizza l-kontenut inti stazzjonati f'dawk il-jiem u jiddeċiedu dak li għamluhom uniku.

Iddivulgajt sigriet kbir, tittestja mudell ġdid, jew tagħmel tħabbira sinifikanti?

Biex titgħallem aktar dwar dak li qed jinfluwenza l-ilħuq u l-impenn fuq Instagram, ħaffer aktar fil-fond fl-għarfien tiegħek. Biex tara kontijiet milħuqa jew ingaġġati, tektek il-panel Ħarsa ġenerali. Imbagħad iscroll isfel biex jiskopru postijiet top kont tiegħek, stejjer, u rkiekel kif ukoll il-formati kontenut disponibbli.

Ftakar li l-generazzjoni unika, materjal interessanti jista 'jgħinek fl-espansjoni udjenza tiegħek lil hinn bażi fann attwali tiegħek. Instagram jingrana fatturi inklużi l-involviment tal-kontenut, il-popolarità tal-kont, u l-preferenzi tal-utent bħala parti mis-sistema ta' distribuzzjoni mhux konnessa tiegħu biex jissuggerixxi postijiet fil-feeds tal-utenti.

Jikkoncentraw fuq il-għbir u jutilizzaw input kif marka tiegħek tiżviluppa u l-klijenti aktar isiru klijenti jħallsu. Wara li twieġeb għall-feedback tal-klijent, ma biss fajl bogħod.

Aqsamhom mas-segwaċi Instagram tiegħek

u ħalli l-klijenti tiegħek jitmellmu għalihom infushom.

Id-data relatata mal-approvazzjonijiet u

reviżjonijiet huma pjuttost aqwa. Kwalunkwe studju li inti

ħarsa lejn se juru li l-maġġoranza vasta ta'

il-konsumaturi jaqraw ir-reviżjonijiet qabel ma jagħmlu

jixtru u jqisuhom fl-istess

mod li kieku rakkomandazzjoni personali.



Barra minn hekk, it-testimonjanzi u r-reviżjonijiet joffru prova soċjali, li tista' għiegħel lill-klijenti potenzjali "jingħaqdu mal-klabb" u jagħmlu xirja. Qsim dan it-tip ta' materjal iġġenerat mill-utent jista' għalhekk ikun pjuttost effettiv biex jizdied l-interess fil-kumpanija tiegħek u jizdiedu r-rati ta' konverżjoni.



Staqsì għal testimonjanzi tal-klijenti aktar. I-użu ta' reviżjoni plugins maħluqa speċifikament għall-kummerċ elettroniku, jew jibgħat messagġi diretti lill-klijenti wara li ħadthom għamlu xiri huma tnejn modi biex jawtomatizzaw il-proċess. Staqsìhom għal opinjonijiet onesti tagħhom u ħallihom jafu kif ħafna reviżjonijiet tagħhom se għajnuha kumpanija tiegħek. Get kunsens li repost reviżjonijiet u testimonjanzi qabel tippubblika l-kont Instagram tiegħek.

A lott jista 'jingħad dwar il-marka tiegħek permezz ta' reviżjonijiet, iżda UGC għandha l-abbiltà li kemm juru u għid. UGC, wara kollox, jipprovdi lill-udjenza fil-mira tiegħek b'perspettiva ta' klijent awtentiku dwar kif il-prodotti tiegħek jidhru, jiffunzjonaw, u huma ppakkjati.

UGC jidher aktar ġenwin u inqas pushy minħabba li hija maħluqa mill-klijenti aktar milli membri tal-kumpanija tiegħek, li jistgħu jkunu saħansitra aktar effettivi għall-ġbid fil-klijenti godda. UGC, imbagħad, jista 'jkun partikolarment utli għat-tixrid ta' evidenza soċjali u l-generazzjoni ta' għarfien dwar il-kumpanija tiegħek.

Kif tista 'tippromwovi UGC filwaqt li tagħmilha sempliċi li ssib? I-aktar metodi sempliċi jinvolvu li tagħmel hashtag tad-dwana għas-segwaċi u tinkoraġġixxi lill-udjenza tiegħek biex tag kont tiegħek, kif @chewy għamlet hawn taħt. Imbagħad, inti tista 'tiġbor UGC billi tfittex permezz postijiet tagged tiegħek u ssemmi Instagram



Uża l-karatteristika ta' filtrazzjoni tan-notifika fuq Instagram biex tidentifika malajr ssemmi u tags.

Wieħed iżomm f'moħħu li regolarment jimmonitorjaw u curate tab tiegħek għall-postijiet tagged, speċjalment peress li dan il-kontenut huwa disponibbli għall-utenti kollha. Have you raw post tagged li ma jaderixxu mal-prinċipji jew l-istil tal-kumpanija tiegħek? Biex teħles mill-marka tiegħek mit-tab, untag dan.

Inti għandek dejjem tikseb l-approvazzjoni tal-klijenti qabel riposting kontenut tagħhom għall-għalf tiegħek, bħad inti għandek ma 'reviżjonijiet. Biex jirringrazzjawhom għax-xogħol tagħhom u jitolbu permess biex jaqsmuh, jikkuntattjawhom jew iħallu kumment dwar wieħed mill-karigi tagħhom.

Ma tridx tpoġġi mill-ġdid kontenut iġġenerat mill-utent għall-għalf tiegħek? Bl-użu built-in funzjonalità Instagram, inti tista 'dejjem jaqsmu postijiet, rkiekel, u stejjer għall-istejjer marka tiegħek.



Bl-użu Instagram tiegħek wara analytics huwa metodu sempliċi biex jimmonitorjaw ir-riżultati hashtag u jitgħallmu kif in-nies qed isibu materjal tiegħek. Iscroll isfel u jagħżlu kwalunkwe post ippubblikat biex tara l-għarfien jilħqu. Tista 'tara l-għadd ta' utenti li skoprew kontenut tiegħek permezz hashtags, il-paġna Explore, home feed tagħhom, u kanali oħra hawn.



Huwa wkoll ta 'benefiċċju li tuża l-funzjoni Instagram Sugġett meta tippubblika rukkelli. Tista' żżid tliet temi ma' kull rukkell matul il-fażi tal-pubblikazzjoni. Tista' tassisti lill-pjattaforma fid-distribuzzjoni tal-kontenut tiegħek lit-telespettaturi t-tajba billi tippovdi kuntest għall-vidjos tiegħek f'forma qasira.

Dwar Instagram Hashtags, Reach, u Skopri

Il-bini ta' marka fuq Instagram jeħtieġ il-pubblikazzjoni tal-materjal korrett fil-mument xieraq. Il-marka tiegħek tista' tilħaq udjenza akbar billi tinkorpora hashtags pertinenti fil-kontenut tiegħek.

Ikkonċernati bl-hashtags?



Ħafna negozjaturi ddubitaw l-effettività tal-hashtags wara l-ammissjonijiet tal-bidu tal-2022 ta' Adam Mosseri bħala l-kap ta' Instagram. Mosseri biss tenna li hashtags ma attwalment itejbu l-ilħuq, li huwa vitali li wieħed iżomm f'moħħu.

Iżda, hashtags ma jżidu ċ-ċansijiet li telespettaturi se tara l-kontenut tiegħek. Huwa aktar probabbli għall-materjal tiegħek biex juru up fuq il-paġna Explore u fil-feeds hashtag jekk iwettaq ukoll. Allura, Instagram tista' 'tiprijoritizza tibgħat kontenut ta' kwalità għolja lill-utenti li jsegwu jew jinteraġixxu ma 'ċerti hashtags jekk inti żżid l-hashtags korretta lilha.

Ma dan jimplika li għandek tuża hashtags arbitrarji kemm Tista' fil-kontenut tiegħek? Assolutament le.

I-ewwel pass fl-iżvilupp ta' marka għandu dejjem ikun il-produzzjoni ta' kontenut li tgawdi l-udjenza tiegħek. Iżda l-użu hashtags tal-marka pertinenti jista' 'jqajjem

għarfien filwaqt li tittejjeb il-viżibbiltà tal-magni tat-tiftix.

4.Co-branding ma' negozji komplementari

Minkejja kemm huwa ta 'benefiċċju UGC jista' jkun, hemm ftit żvantaġġi. Jekk int biss tibda bil-marka tal-bini, inti tista 'ssibha diffiċli biex tikseb materjal biżżejjed minħabba marka tiegħek m'għandha l-ebda influwenza fuqha.

Sieħeb ma influenzars jew marki oħra li huma speċjalizzati fil-qasam tiegħek jew li jkollhom udjenzi li jikkoinċidu mal tiegħek sabiex jiġġeneraw buzz aktar immirati għall-kumpanija tiegħek. Tista' tikkollabora biex tipproduċi kontenut ta' kwalità għolja li jirrifletti l-objettivi attwali tal-marka tiegħek u titkellem mal-udjenzi tal-influwenzaturi.

L-analiżi tal-udjenza attwali tiegħek hija l-ewwel pass fl-identifikazzjoni ta' influwenzaturi.

Do xi segwaċi tiegħek spiss tikkomplementa n-negozju tiegħek jew iħallu kummenti dwar xi ħaġa li inti post?

Eżamina d-daqs tal-udjenza u l-istil tal-kontenut tagħhom biex tara jekk kooperazzjoni tkunx ta' benefiċċju. Biex tidentifika l-imsieħba tad-ditta xierqa, tista' tuża wkoll il-karatteristika tat-tiftix tal-hashtag ta' Instagram.

Bil-karatteristiċi ta 'kollaborazzjoni built-in fuq Instagram, jikkollaboraw mal-imsieħba tad-ditta tiegħek biex tag ritratti. Sabiex cross-post kontenut kemm tal-kontijiet tiegħek u tizzied jilħqu, uża l-għażla Kollaboratur Invite.

Influwenzaturi
għandhom tag kont
tiegħek fil-materjal
tad-ditta bl-użu ta
'pjattaformi
mfassla għal
relazzjonijiet bi
ħlas.



Influwenzaturi għandhom tag kont fil-format tad-ditta bl-użu ta' "pjattaformi għal skopijiet ta' konservazzjoni" relazzjonijiet bi ħlas.

5. Spinta kont Instagram tiegħek Permezz ta' Pjattaformi Oħrajn

Uża l-għażliet ta' qsim integrati ta' Instagram biex jgħaqqdu mal-utenti fuq kwalunkwe oħra pjattaformi tal-midja soċjali li tuża biex tizzied l-ilħuq tiegħek saħansitra aktar



Share

u tiġbed udjenza barra mill-app. Inti tista' tagħmel links jew kodiċijiet QR għal kważi kull tip ta' materjal ma 'dawn l-għodod, inklużi artikoli, rkiekel, jenfasizza istorja, u l-profil tiegħek.

Biex tippovdi lill-klijenti fil-maħżen ideat kreattivi għall-użu prodotti tiegħek, inti tista' , pereżempju, tagħtihom il-kodiċi QR għal rukkell sew gustado. Biex iżżid l-udjenza tiegħek, tista' tqassam il-kodiċijiet QR f'avvenimenti diretti. Jekk inti post biss fuq Instagram, inti tista' wkoll tqassam kontenut dritti għal siti oħra tal-midja soċjali marka tiegħek, li huwa vantaġġuż.

Tektek it-tliet tikek biex tiżvela l-menu tal-kontenut u links ta' aċċess jew kodiċijiet QR għal postijiet, rkiekel, stejjer, u jenfasizza narrattiva. Biex istantanjament sehem għal mezz soċjali ieħor jew jiksbu rabta, jagħżlu Kodiċi QR jew tektek l-ajruplan karta.

Iftaħ is-settings tal-kont tiegħek u agħzel Kodiċi QR mill-menu biex tikseb kodiċi QR għall-kont tiegħek.



Il-kuluri tal-kodiċijiet QR kollha jistgħu jinbidlu biex jaqblu aħjar mal-iskema tal-kulur tal-marka tiegħek.

Bil-promozzjoni tal-kontenut fuq Facebook, inti tista 'żżid l-ilħuq waqt l-istazzjonar rukkelli Instagram. Ixgħel il-Suggest fuq l-għażla Facebook fil-proċedura tal-pubblikazzjoni Reels biex tiġbed kliġenti potenzjali saħansitra aktar għan-negozju tiegħek.

Hemm diversi modi biex jistabbilixxu negozju fuq Instagram u jespandu udjenza interessata, minn cross-promozzjonijiet u l-kollaborazzjonijiet influenzer għal profili ottimizzati u l-kontenut tal-konsumatur. Sabiex jinkisbu għanijiet importanti tan-negozju u l-kummerċjalizzazzjoni, inti tista 'tutilizza Instagram biex joħolqu marka li jispikka u jiffjorixxu.

REFERENZI

Colour Psychology

https://en.wikipedia.org/wiki/Color_psychology#:~:text=Model%20of%20color%20psychology,-The%20general%20model&text=The%20perception%20of%20a%20color,do%20with%20context%20as%20well.

Choose fonts for you logo

<https://www.fontspace.com/category/logo>

Free photo banks

<https://www.freepik.com>

Logo design platform

<https://www.canva.com>

15 Best Examples of Brand Guidelines

<https://www.ebaqdesign.com/blog/brand-guidelines>

The strategy behind growing a YouTube channel

<https://blog.hootsuite.com/youtube-tips/>

Tips for gaining a dedicated audience

<https://www.podia.com/articles/grow-youtube-following>

<https://www.socialmediaexaminer.com/15-tips-growing-youtube-channel/>

<https://www.wordstream.com/blog/ws/how-to-get-more-views-on-youtube>

How to Use TikTok for Business in 2023 – The Ultimate Guide

<https://influencermarketinghub.com/tiktok-for-business/>



MicroHUB



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

THE EUROPEAN COMMISSION'S SUPPORT FOR THE PRODUCTION OF THIS PUBLICATION DOES NOT CONSTITUTE AN ENDORSEMENT OF THE CONTENTS, WHICH REFLECT THE VIEWS ONLY OF THE AUTHORS, AND THE COMMISSION CANNOT BE HELD RESPONSIBLE FOR ANY USE WHICH MAY BE MADE OF THE INFORMATION CONTAINED THEREIN.