

Accions de dinamització i promoció comercial

III Jornada de dinamització comercial
als petits municipis

Any 2015



**Diputació
Barcelona**

Accions de dinamització i promoció comercial

III Jornada de dinamització comercial
als petits municipis

Any 2015



**Diputació
Barcelona**

Coordinació

Secció Tècnica de Comerç Urbà

Redacció

Secció Tècnica de Comerç Urbà

Hidra Publicitat SCP

Experiències

Bigues i Riells

Canet de Mar

Castellví de la Marca

Estany, L'

Manlleu

Masies de Voltregà, Les

Moià

Sant Hipòlit de Voltregà

Sant Quirze de Besora

Taradell

Vallbona d'Anoia

Vic

Presentació

L'activitat comercial desenvolupada en els municipis és una activitat que dóna solució a les necessitats bàsiques d'aprovisionament, a més de ser un element de cohesió social que permet facilitar la convivència, la seguretat i el civisme als nostres pobles i ciutats.

Les seves vessants de donar resposta al proveïment bàsic de les persones, des de la proximitat, i de ser punt de trobada i relació entre les persones fan que el comerç sigui un element clau a contemplar dins les polítiques municipals.

Les diferents actuacions que s'impulsen des de la Gerència de Serveis de Comerç de la Diputació de Barcelona tenen com a objectiu recolzar el comerç en trama urbana dels nostres municipis. Dins les polítiques portades a terme, un apartat especial per les seves característiques diferenciades el constitueixen els petits municipis, que tenen escassa oferta comercial i dificultats econòmiques i tècniques per sumar esforços que permetin articular iniciatives de promoció comercial

Des de la Diputació de Barcelona donem recolzament econòmic, tècnic, assessorament per la millora dels comerços, impulsem l'intercanvi de coneixement i experiències amb l'objectiu de millorar l'oferta comercial en trama urbana del territori.

Aquest document és un recull d'experiències de campanyes de promoció i dinamització comercial, en la majoria dels casos, portades a terme amb èxit al territori. Són campanyes que tenen per objectiu fidelitzar a la clientela i apropar el comerç a la ciutadania del municipi. És un document de suport al treball que desenvolupen els tècnics de comerç dels ajuntaments.

S'ha volgut sistematitzar d'una manera senzilla, àgil i entenedora com posar en marxa i articular campanyes que poden resultar fàcils pels comerciants i atractives i interessants pels veïns i visitants. Trobareu accions que, tot i que poden articular-se en qualsevol municipi, la seva facilitat d'execució tècnica i econòmica, fa que siguin idònies per posar-les en marxa en petits municipis.

Per la seva importància en el desenvolupament integral del territori, hem volgut destacar les actuacions que interactuen amb la riquesa i els recursos del territori, tot posant-los en relació amb la quotidianitat de l'activitat comercial, a més d'altres que volen donar a conèixer què i qui hi ha darrere un taulell, principalment amb els nostres infants i joves, per tal que puguin conèixer i assabentar-se de les raons que hi ha més enllà d'un aparador amb tota la riquesa que un comerç obert suposa per la millora de la qualitat de vida d'un municipi.

Aquest document s'ha elaborat per la Secció Tècnica de Comerç Urbà amb les aportacions de les idees portades a terme arreu del territori, per ajuntaments, associacions de comerciants, dinamitzadors i consultores. Agraïm, d'una manera especial, la col·laboració en la preparació d'aquest recull de la consultora Hydra Publicitat, SCP, que és qui ha desenvolupat i executat la major part de les experiències recollides.

Es pretén que aquest recull vagi augmentant i sigui l'inici d'una xarxa que possibiliti l'intercanvi d'experiències entre els municipis de la província amb el doble objectiu, per una banda, de millorar la feina dels tècnics que s'encarreguen del comerç i per altra, de contribuir a apropar el comerç del municipi als visitants i veïns.

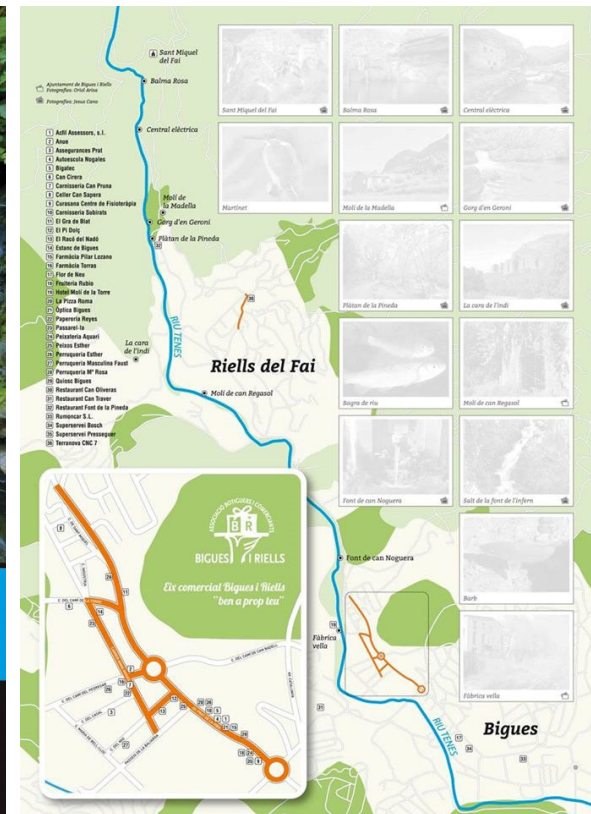
***Servei de Comerç Urbà
Novembre de 2015***

ACCIONS DE DINAMITZACIÓ PETITS MUNICIPIS

ÍNDEX

- ✓ Àlbum de cromos
- ✓ Calendari dels comerciants
- ✓ Comerç – escola
- ✓ Els records dels avis
- ✓ Et regalem el teu somni
- ✓ Et tornem l'import de la compra
- ✓ Fotografies *tunnejades*
- ✓ Gimcana d'enigmes
- ✓ Guia de comerç – institut
- ✓ Les teves compres tenen premi
- ✓ Maridatge de productes
- ✓ Sopar romàntic
- ✓ Sorteig de productes del territori
- ✓ Sortida d'un dia pel territori

ACCIÓ DINAMITZACIÓ ÀLBUM DE CROMOS



Imatge cedida per l'Associació de Botiguers i Comerciants de Bigues i Rielles

Acció de dinamització comercial que pretén donar a conèixer el comerç del municipi relacionant-lo amb el coneixement del territori.

Objectiu

- Donar a conèixer establiments que no s'acostumen a visitar
- Vincular el comerç al territori

Descripció i funcionament

- Els comerços distribuiran cromos amb fotografies històriques o d'indrets del municipi durant uns dies quan es faci una compra a l'establiment. Aquests cromos s'hauran d'anar col·locant en un àlbum amb l'objectiu de completar-lo
- Cada comerç donarà un cromo per cada compra superior a 2€
- Una variant és que cada comerç tingui el mateix cromo, de forma que es fomenti la compra a cada establiment per part de totes les persones que fan l'àlbum
- S'ha de determinar la forma de distribució dels àlbums
- Un cromo en concret no es donarà i es pot fer un acte de lliurament d'aquest per tancar la campanya. Aquest dia es pot aprofitar per fer intercanvi de cromos entre les persones que fan l'àlbum

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Recerca de la temàtica al voltant del que seran els cromos (històric, natura, ..)
- Recerca d'imatges
- Redacció de textos de cada fotografia
- Contractació d'una empresa que dissenyi l'àlbum i els cromos
- Redacció d'una carta als comerciants explicant la campanya

Comunicació

- Cartells informatius de la campanya i identificatius dels comerços participants
- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans de comunicació locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de promoció de la participació i d'acte final
- Notícia a la web de l'associació i/o de l'ajuntament
- Comunicació explícita a les escoles per què també facin difusió del projecte

Despeses associades

- Disseny i impressió dels cartells
- Elaboració de l'àlbum i els cromos

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

Es preveu que aquesta acció de dinamització comercial tingui una durada màxima de dos mesos.

El temps necessari per als preparatius de la campanya (disseny gràfic, impressions, distribució als comerços participants) és aproximadament de dos mesos.

Durant quinze dies (prorrogable 15 més) es desenvoluparà la campanya amb els clients.

Tot just acabat el termini per participar-hi es fa l'acte final de la campanya.

Agents implicats i funcions

- Associació o ajuntament: és qui promou la campanya, coordina els materials i té el contacte amb els comerços participants.
- Comerços: han de fer difusió de la campanya i la distribució dels cromos

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre d'àlbums i cromos repartits
- Seguiment a les xarxes socials

Consideracions

És una campanya molt adequada per municipis on hi ha població nouvinguda atès que aquests coneixeran part de la història o indrets del municipi que desconeixien i els vincularan més al territori. Els veïns més arrelats també posaran en valor allò que ja coneixien del municipi.

Experiències

Bigues i Riells, Canet de Mar.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ CALENDARI DELS COMERCIANTS



Imatge cedida per l'Associació de Comerciants del Voltreganès

Acció de dinamització comercial en la que s'edita un calendari on els protagonistes de les fotografies dels mesos són els comerciants i on es presenten diferents missatges que posen en valor el comerç de proximitat.

Objectiu

- Enfortir les relacions entre els comerciants
- Posar en valor el comerç de proximitat i els seus representants
- Sensibilitzar i fidelitzar la clientela

Descripció i funcionament

- Edició d'un calendari de paret o sobretaula (amb una pàgina per mes) on a les pàgines de cada més s'hi incorporen imatges dels comerciants (no dels establiments comercials) i on s'hi incorporen missatges positius dels avantatges de comprar al comerç del municipi
- En primer lloc, cal conèixer el nombre de comerciants disposats a aparèixer al calendari
- Seguidament, es fa una tria dels missatges i dels valors que es volen difondre mitjançant el calendari
- A continuació cal treballar el disseny del calendari amb el fotògraf que es contracta
- Al darrer full del calendari es pot publicar la relació d'establiments amb l'adreça i el telèfon, per tal que el calendari, a més, tingui la funció de guia comercial
- Un cop imprès el calendari, es pot fer una bustiada casa per casa, per tal de garantir que el reben tots els habitants del municipi
- No obstant, es podria utilitzar algun altre mètode de distribució, com l'entrega per part de l'establiment comercial directament a la clientela...o encartar-lo a la revista del Ajuntament quan es faci el repartiment

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Contractació d'un fotògraf i/o estudi fotogràfic
- Redacció d'un document per a la cessió dels drets d'imatge per part dels comerciants que apareixen al calendari
- Nom de l'acció que apareixerà en els elements de difusió

Comunicació

- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (WhatsApp, facebook, twitter, instagram...)
- Notícia a la web de l'associació i/o de l'ajuntament i a les publicacions de l'Ajuntament

Despeses associades

- Contractació del fotògraf
- Disseny i impressió calendari
- Bustiada

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

El calendari és un producte adequat per repartir a finals d'any, dins de la campanya de Nadal.

El temps necessari d'execució de l'acció (des de la proposta i tria de missatges i comerciants fins al repartiment) és de quatre mesos aproximadament.

Agents implicats i funcions

- Associació i/o ajuntament: promou l'acció, proposa els missatges de posada en valor del comerç, contracta el fotògraf i coordina les sessions fotogràfiques, la impremta, l'empresa de repartiment i contacta els mitjans per a la difusió i comunicació de l'acció
- Comerços: participen a les sessions fotogràfiques i en fan difusió (i el probable repartiment)

Mínim de participants

El calendari inclou la relació de tots els comerços, per això és important aconseguir la màxima participació dels comerciants en les sessions fotogràfiques.

Lideratge de l'acció

L'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre de comerciants que participen a les sessions fotogràfiques
- Nombre de calendaris repartits
- Captació de nous associats o participants en campanyes de dinamització
- Seguiment a les xarxes socials

Experiències

Les Masies de Voltregà, Sant Hipòlit de Voltregà.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ COMERÇ - ESCOLA



Imatge: Servei de Comerç Urbà. Diputació de Barcelona

L'acció de dinamització comerç-escola tracta de posar en contacte aquests dos actors significatius del municipi.

Objectiu

- Connectar als alumnes de les escoles i les seves famílies amb el teixit comercial del municipi
- Donar a conèixer el comerç als alumnes

Descripció i funcionament

- Els alumnes de les escoles elaboraran uns treballs manuals (dibuix, figura...) que es distribuïran pels comerços del municipi i que aquests exposaran dins de l'establiment o a l'aparador. Els nens hauran de recórrer els establiments buscant el seu treball i quan el trobin tindran un obsequi
- Convocar una reunió amb la direcció de l'escola per presentar la campanya i conèixer el seu interès en participar-hi
- La persona encarregada de la logística de l'acció dividirà els treballs entre tots els establiments comercials participants
- En funció dels establiments participants es decidirà el nombre d'alumnes participants (si es fa un o més cursos)
- Els infants amb les seves famílies han de passejar pels comerços del poble buscant el seu treball. Quan l'infant trobi el seu treball entrarà a l'establiment i aquest li donarà un obsequi en forma de producte de l'establiment, un val descompte en la compra dels seus productes...

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Aconseguir la participació i implicació de les escoles
- Identificar els establiments que participen en l'acció

Comunicació

- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que si ho consideren oportú s'hi adhereixin
- Comunicació al pares de l'escola per informar de la participació del seu fill i puguin cercar on esta exposat
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament i de l'escola

Despeses associades

- Cost de l'identificador del comerç participant (enganxina pel vidre de l'aparador, display per col·locar en lloc visible de l'aparador, cartell ...)
- Obsequi de cada establiment

Temporització

Cal adaptar aquesta acció de dinamització al calendari escolar. Seria bo poder fer coincidir aquesta acció amb el moment en què a l'escola es treballa algun tema relacionat amb el comerç

Es recomana portar a terme aquesta acció en mesos en els que, estadísticament, hi ha menys volum de vendes, com és febrer-març o octubre-novembre.

Es recomana no fer coincidir la campanya amb les ja existents, sobretot Nadal, pel volum de feina del comerciant i per no ocupar l'aparador en un moment en que es vol exposar el seu producte i la seva decoració.

Agents implicats i funcions

- Comerç: Interlocutor dels comerços
- Escola: Interlocutor de l'escola
- Ajuntament o associació: encarregar de la logística

Mínim de participants

Han de participar un mínim de 5 comerços per què, cas que només participi un curs d'una sola línia (20-25 infants), cada establiment tingui un mínim de 4-5 treballs.

Si participen més infants s'haurà d'incrementar proporcionalment el nombre d'establiments.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o associació és qui ha de liderar l'acció i posar en contacte els agents implicats

Indicadors de seguiment

- Treballs exposats
- Comerços participants

Consideracions

Cal tenir en compte el tipus de treball a exposar i la disponibilitat i característiques dels aparadors.

En dates assenyalades com nadal els aparadors solen estar molt ben decorats, si es fa en aquesta data el comerç ho ha de tenir en compte.

No tots els comerços o serveis tenen aparador, un poema, foto, pintura pot-ser poden tenir més espais en bars, restaurants, etc..

En engegar aquest treball amb l'escola, aquesta té uns tempos diferents al comerç, per això caldrà començar a plantejar-ho a final de curs a la direcció de l'escola i al setembre començar a fer la programació associació i escola.

Experiències

Castellví de la Marca.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ ELS RECORDS DELS AVIS



**EXPOSICIÓ DE
FOTOGRAFIES**
comentades pels
nens i per les nenes
de les escoles de
Sant Hipòlit de
Voltregà i de les
Masies de Voltregà.



Els records dels avis

Fins al 30 de novembre

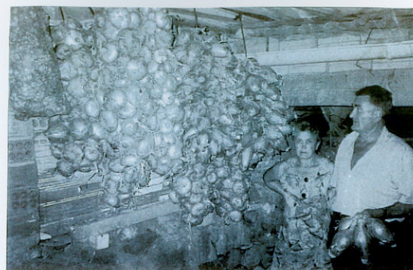
**ALS APARADORS DELS
COMERÇOS ASSOCIATS**



Els records dels avis



Espai per a fotografia:



Text explicatiu:

Aquesta és la història de unes persones que
són els meus avis, molt lluitadores per poder tirar endavant.
Provenen de pagès i sempre treballant la terra.
I com podeu comprovar un any van tenir la seva
recompensa, en una molt bona collita de cebes de la
que ells van estar molt contents.

Imatge cedida per l'Associació de Comerciants del Voltreganès

Acció de dinamització comercial que s'inicia a les escoles del municipi i acaba als aparadors dels comerços creant sinergies entre aquests dos àmbits i posant en valor les arrels i avantpassats familiars dels habitants municipi.

Objectiu

- Incentivar la participació dels nens en una campanya promoguda des del comerç
- Fomentar les visites als aparadors dels comerços

Descripció i funcionament

- Els nens de l'escola escriuran un relat en base a una fotografia dels seus avantpassats. Aquestes fotografies amb relat es distribuïran pels establiments del municipi. Els establiments penjaran els treballs als aparadors. La millor història rep un premi
- S'ha de convocar una reunió amb la direcció de l'escola per presentar la campanya i conèixer el seu interès en participar-hi
- Es reparteix algun tipus de làmines a les escoles interessades en participar activament en aquesta acció on els nens i nenes han d'enganxar una fotografia d'un dels seus avis en la qual s'identifiqui alguna escena de la vida quotidiana (treball, festa, família, costums...)
- Sota la fotografia els nens faran una breu descripció de l'escena a partir de la història que els expliqui l'avi o l'àvia
- Totes les làmines participants s'exposen durant uns dies als aparadors dels comerços del municipi
- S'ha de decidir el premi del guanyador
- Un jurat format per representants de l'Ajuntament i/o de l'associació de comerciants, tria la història que consideri més original i millor explicada
- El nen o la nena que guanya el concurs rep un reconeixement (per exemple una bicicleta)

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya (poden estar al revers de la làmina o a disposició dels nens)
- Aconseguir la participació i implicació de les escoles
- Escollir i adquirir el premi

Comunicació

- Cartells i pancartes informatives de l'acció
- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar als mitjans de comunicació locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (WhatsApp, facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de la marxa i del guanyador
- Notícia a la web/revista de l'associació i/o de l'ajuntament

Despeses associades

- Cost de les làmines que es repartiran a les escoles
- Cost del premi (caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost d'aquesta acció)

Temporització

Cal adaptar aquesta acció de dinamització al calendari escolar. Seria bo poder fer coincidir aquesta acció amb el moment en què a l'escola es treballa la redacció o fa algun tema relacionat amb el comerç i la gent gran.

Es recomana portar a terme aquesta acció en mesos en els que, estadísticament, hi ha menys volum de vendes, com és febrer-març o octubre-novembre.

Es recomana no fer coincidir la campanya amb les ja existents, sobretot Nadal, pel volum de feina del comerciant i per no ocupar l'aparador en un moment en que es vol exposar el seu producte i la seva decoració.

Agents implicats i funcions

- Associació i/o ajuntament: és qui organitza la campanya, qui es posa en contacte amb l'escola, coordina el repartiment i la recollida de làmines a les escoles, l'exposició als aparadors, la selecció del jurat i el lliurament del premi

- Comerços: exposen les fotografies participants
- Escoles: promouen la participació dels nens a la campanya

Mínim de participants

Han de participar un mínim de 5 comerços per què, cas que només participi un curs d'una sola línia (20-25 infants), cada establiment tingui un mínim de 4-5 treballs.

Si participen més infants s'haurà d'incrementar proporcionalment el nombre d'establiments.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Làmines recollides a les escoles
- Comerços participants a l'exposició de fotografies
- Seguiment a les xarxes socials

Consideracions

En aquesta acció de dinamització comercial, gran part de l'èxit vindrà donat per la mateixa història del municipi així com de l'arrelament al territori dels habitants del municipi.

És a dir, l'acció tindrà menys ressò si es tracta d'un municipi amb un percentatge alt de residents recents.

Experiències

Les Masies de Voltregà, Sant Hipòlit de Voltregà.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ ET REGALEM EL TEU SOMNI



el Volt
Comissió del Voltreganès

Et regalem el teu somni d'estiu

SANT HIPÒLIT DE VOLTREGÀ

- ASSESSORIA SOLER BUXIPLUS
- CA L'AGUSTINET - Xarcuteria
- CASA PANÇOT - Cereals
- CELESTI SOY SL
- EL CARGOL - Roba per quitxalla
- FARMÀCIA MIRABENT
- FENT MILLES - Agència de viatges
- FERRERIA CADENA
- FIATC ASSEGUANCES
- FLORISTERIA NOGUÉ
- FORN VALL-LABORA
- INTELEC VOLTREGÀ
- ISABEL, TOT PER LA DONA
- JOIERIA I PERFUMERIA GEMMA
- M. GLEVA - Perruqueria
- MODA ANNA CASTELLS
- MODES CAN MON
- MONTCABRÉ - Alimentació
- MONTCABRÉ - Alimentació
- ODIPLANT VOLTREGÀ
- ÒPTICA VOLTREGÀ
- PASTISSERIA SERRA
- PEIXATERIA VOLTREGÀ
- RESTAURANT CAN LIRÓ
- FINA ROVIRA - Alimentació
- VINS RIERA

LES MASIES DE VOLTREGÀ

- AUTOSCOLA CARRERA
- BAR LA PUÇA
- EL GOT
- FARMÀCIA PORTÚS
- PERRUQUERIA I ESTÈTICA LIA
- SERCOM LLIMÓS - Gestoria

VINYOLES

- EL CAFÉ D'EN LISARDO
- FARMÀCIA FONT-HOMS
- FORN CASAS
- PERRUQUERIA CROSAS

Durant el mes de juliol, compra als comerços de l'Associació de Comerciants del Voltreganès i participa en el sorteig d'un somni valorat en un màxim de 500 €*. Demana la butlleta!

* El premi s'ha de poder aconseguir en algun/s dels comerços associats.
Sorteig el 30 de juliol de 2015

Imatge cedida per l'Associació de Comerciants del Voltreganès

Acció de dinamització comercial que personalitza el premi de la persona guanyadora del sorteig.

Objectiu

- Fidelitzar la clientela
- Donar notorietat al comerç local

Descripció i funcionament

- L'acció consisteix en el sorteig d'un premi (anomenat somni de la persona guanyadora) valorat en una quantitat econòmica predeterminada. Cada client escollirà el premi que li agradaria rebre si fos l'afortunat i ho escriu al seu tiquet. Es fa un sorteig i el guanyador rebrà el premi que ha escollit
- El primer pas serà la redacció de les bases que regulin la mecànica d'aquesta acció
- Els comerços participants a l'acció disposen d'un nombre determinat de butlletes, que hauran de repartir entre la clientela durant la vigència de la campanya
- -S'ha de fixar uns criteris de repartiment comuns entre els comerços participants
- Durant un període de temps determinat (aconsellable un mes), la clientela per cada acte de compra, o d'acord amb els criteris establerts, rep una butlleta que dóna dret a participar en el sorteig. En aquesta butlleta el receptor hi farà constar les dades personals de contacte i el premi desitjat. Allò triat s'ha de poder adquirir en algun dels establiments participants a la campanya
- Finalitzat el període determinat de l'acció, es recullen totes les butlletes i es fa el sorteig mitjançant l'extracció de la butlleta guanyadora
- La persona guanyadora ha d'adquirir el "somni" que ha escrit a la butlleta a un dels establiments participants abans de la data assenyalada a les bases de la campanya

Necessitats

- Redacció de les bases reguladores de l'acció
- Impressió de les butlletes de participació

Comunicació

- Cartells i pancartes informatives de l'acció
- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans de comunicació locals i comarcals
- Comunicat de premsa de final de campanya amb el resultat del sorteig
- Missatges a les xarxes socials (whatsapp, facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de promoció de la participació i de resultats del sorteig
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament

Despeses associades

- Premi
- Disseny i impressió de cartells
- Butlletes

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

Acció d'execució anual. S'aconsella a la primavera o a l'estiu per la possibilitat de triar premis relacionats amb les vacances.

El temps necessari per al desenvolupament de l'acció (disseny gràfic, impressions i distribució als comerços participants) és aproximadament d'un mes.

Agents implicats i funcions

- Associació i/o ajuntament: és qui promou la campanya, coordina els materials i té el contacte amb els comerços participants
- Comerços: han de distribuir les butlletes als clients

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços per tal d'ampliar el ventall de possibilitats d'elecció del premi. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre de butlletes recollides per al sorteig
- Seguiment a les xarxes socials

Experiències

Les Masies de Voltregà, Sant Hipòlit de Voltregà.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ ET TORNEM L'IMPORT DE LA COMPRA

Amb el MAB,
compra **GRATIS**
Només als comerços associats!



Imatge cedida per l'Associació de Comerciants de Manlleu

Acció de dinamització comercial que permet als guanyadors recuperar l'import o part de l'import de la compra en vals per bescanviar a les botigues associades /participants en la campanya.

Objectiu

- Fidelització i captació de nova clientela
- Increment de les vendes en períodes de baix del consum

Descripció i funcionament

- Quan els clients fan una compra a un establiment del municipi participen en un sorteig on se'ls pot retornar l'import de la compra feta en vals de compra als establiments del municipi
- Es decideix l'import total que es vol sortejar
- Es determina quins són els comerços participants
- Cada comerç tindrà una urna per recollir els tiquets de compra
- S'ha de decidir si es crearà una butlleta específica pel sorteig o es farà servir el mateix tiquet de compra
- El client, una vegada feta la compra i obtingut el tiquet, escriurà el seu nom i telèfon al revers del tiquet (o butlleta de participació)
- Per assegurar que els premis queden repartits, es fixa un import màxim que es pot tornar a un tiquet de compra (un 15% del premi, per exemple)
- Acabada la campanya, es recullen tots els tiquets o butlletes i es fa el sorteig en un lloc públic i, si pot ser, aprofitant la celebració d'algun acte popular
- Es van extraient tiquets de compra, l'import dels quals s'arrodoneix a l'euro superior i es va fent la suma fins arribar a l'import que es sorteja. A l'últim tiquet extret, només li correspon l'import de la diferència entre el total del premi i la suma dels premis dels tiquets anteriors
- Als guanyadors se'ls donen vals per l'import guanyat que hauran de gastar als comerços participants abans de la data que es determini
- En cas que no siguin presents en l'acte públic d'extracció, se'ls avisarà telefònicament
- El llistat dels guanyadors es reparteix a tots els comerços perquè l'exposin durant uns dies

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya on quedin clars els imports dels premis, les condicions del sorteig, etc.
- Decidir si es crearà una butlleta específica pel sorteig o es farà servir el mateix tiquet de compra. Cas de fer servir el mateix tiquet de compra i que el client vulgui el tiquet, es pot fer una còpia
- Dissenyar les urnes (o que cada establiment dissenyi la seva)
- Elecció del lloc públic on realitzar el sorteig, si pot ser aprofitant algun esdeveniment o acte popular

Comunicació

- Cartells i pancartes informatives de l'acció
- Comunicació interna als establiments mitjançant una fitxa de funcionament de l'acció
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar als mitjans de comunicació locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (whatsapp, facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya i del concurs
- Notícia a la web de l'associació i/o de l'ajuntament

Despeses associades

- Import total de premi
- Butlletes (en cas de no fer servir els propis tiquets de compra)
- Elements de comunicació
- Acte de lliurament dels premis

Temporització

Aquesta acció es pot fer un cop a l'any. Es recomana portar-la a terme en èpoques d'alentiment de les compres, per fomentar el consum.

Temps d'elaboració de la campanya: 1 mes aproximadament.

Agents implicats i funcions

- Associació i/o ajuntament: promou la campanya i té el contacte amb els comerços participants
- Comerços: recullen les dades de la clientela que participarà en l'acció

Mínim de participants

La campanya es pot dur a terme amb qualsevol nombre de participants. L'import del premi s'hauria de fixar en funció d'aquest nombre.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament i/o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre de tiquets o comprovants de compra recollits
- Seguiment a les xarxes socials

Experiències d'èxit

Manlleu.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ FOTOGRAFIES TUNNEJADES



Imatge cedida per l'Associació de Botiguers i Comerciants de Bigues i Riells

Acció de dinamització comercial que premia les compres realitzades per la clientela captant l'atenció de la població d'una manera engrescadora.

Objectiu

- Dinamitzar el comerç del municipi
- Incentivar el nombre de compres
- Crear sinèrgies entre el comerç i els seus clients

Descripció i funcionament

- Quan els clients fan una compra són fotografiats pel comerciant. Posteriorment les fotografies són manipulades de forma divertida i un dia en concret s'exposen totes les fotos. Cadascú ha de trobar la seva i a la part posterior de la fotografia trobaran un obsequi o descompte al comerç del municipi
- Cada comerciant ha de disposar d'una càmera per fotografiar als seus clients
- És important que tothom segueixi les mateixes recomanacions a l'hora de fer les fotos (per exemple: ha de ser un primer plànol, de cintura cap amunt)
- Quan el client fa una compra se li ofereix participar en la campanya i si accedeix se li fa una fotografia i se li fa signar un document on cedeix aquesta imatge per la campanya en concret
- Les fotografies es faran arribar a la persona o persones que les manipularan
- Qui les manipuli ha de disposar d'una aplicació. N'hi de gratuïtes com *Face Changer*, *MomentCam* o *Photo to Cartoon*
- Les fotografies s'han d'imprimir en color mida DIN-A4
- Al darrera de cada fotografia ha de constar el descompte o obsequi que se li dóna a aquesta persona
- Un dia en concret es pengen totes les fotografies en un panell i cada client ha de trobar la seva i quedar-se-la
- A partir d'aquell dia els clients poden passar a recollir el seu premi o gaudir del descompte

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Redacció del document de cessió de drets d'imatge
- Càmera de fotos o smartphone
- App gratuïta
- Impressora a color
- Panells per penjar les fotografies
- Pines i fil gruixut per penjar les fotografies

Comunicació

- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans de comunicació locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de seguiment i de resultats del sorteig
- Notícia a la web de l'associació i/o de l'ajuntament

Despeses associades

- Obsequis per posar al revers de les fotografies
- Impressió en color
- Pines i fil gruixut

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

Es preveu que aquesta acció de dinamització comercial tingui una durada màxima d'un mes.

El temps necessari per als preparatius de campanya (comunicació i aclariment de dubtes) és aproximadament de 15 dies.

Durant quinze dies (prorrogable 15 més) es desenvoluparà la campanya amb els clients.

Tot just acabat el termini per participar-hi es fa l'acte final de la campanya.

Agents implicats i funcions

- Associació o ajuntament: és qui promou la campanya, coordina els materials i té el contacte amb els comerços participants.
- Comerços: han de fer les fotografies als clients i enviar-les a qui les manipularà
- Voluntari hàbil i amb gràcia per manipular les fotos

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre de fotografies impreses
- Seguiment a les xarxes socials

Consideracions

És important comunicar als clients que aquestes fotografies es tractaran amb respecte. Les caricaturitzacions han d'anar dirigides a fer que la persona es reconegui amb un aspecte més divertit i, en cap cas, ridiculitzat.

Més informació a:

<https://www.youtube.com/watch?v=wxhGAFR1hvU>

<https://www.youtube.com/watch?v=XOYYnjd-s-l>

Experiències

Bigues i Riells.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ *GIMCANA D'ENIGMES*



Acció de dinamització comercial que pretén donar a conèixer el comerç del municipi relacionant-lo amb el coneixement del territori.

Objectiu

- Donar a conèixer establiments que no s'acostumen a visitar
- Vincular el comerç al territori

Descripció i funcionament

- Quan el client fa una compra, el comerciant li fa la pregunta i, si l'encerta, se li premia amb un descompte sobre la compra realitzada. Part d'aquest descompte va a parar a un projecte del municipi, ja sigui social, patrimonial, cultural... I el client pot decidir si l'altre part se li descompta o també es dóna per al projecte
- Cada comerç participant tindrà un o varis enigmes de coneixement d'aspectes culturals, històrics, geogràfics del municipi
- Les preguntes han de ser relativament senzilles per facilitar l'encert
- Cada comerç ha de disposar d'una urna
- El comerciant o el client escriurà l'import en un paper i s'insserirà en la urna que disposa el comerciant a la vista dels clients
- Un dia en concret (es pot aprofitar el patró/na del poble o qualsevol que es cregui convenient) s'obriran totes les urnes i es sumaran tots els imports
- Es farà un acte de lliurament de l'import total al representant del projecte
- Seguiment de l'actuació a la que s'ha donat l'import per oferir informació dels resultats als clients

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Recerca del tema al qual es destinaran els diners recaptats
- Redacció de les preguntes dels enigmes
- Disseny i impressió dels enigmes en forma de cartes
- Urna transparent on posar l'import dels descomptes que anirà destinat al projecte comú

- Impressió de cartells i penjada de cartells
- Distribució de les “cartes” i de les urnes pels establiments

Comunicació

- Cartells informatius de la campanya i identificatius dels comerços participants
- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans de comunicació locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de promoció de la participació i de resultats del sorteig
- Notícia a la web de l'associació i/o de l'ajuntament

Despeses associades

- Disseny i impressió dels cartells
- Elaboració de les cartes amb els enigmes
- Urnes

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

Es preveu que aquesta acció de dinamització comercial tingui una durada màxima de dos mesos.

El temps necessari per als preparatius de campanya (disseny gràfic, impressions, distribució als comerços participants) és aproximadament d'un mes.

Durant quinze dies (prorrogable 15 més) es desenvoluparà la campanya amb els clients.

Tot just acabat el termini per participar-hi es fa l'acte final de la campanya.

Agents implicats i funcions

- Associació o ajuntament: és qui promou la campanya, coordina els materials i té el contacte amb els comerços participants.
- Comerços: han de fer les preguntes als clients i posar les aportacions a la urna

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre de butlletes recollides per al sorteig
- Seguiment a les xarxes socials

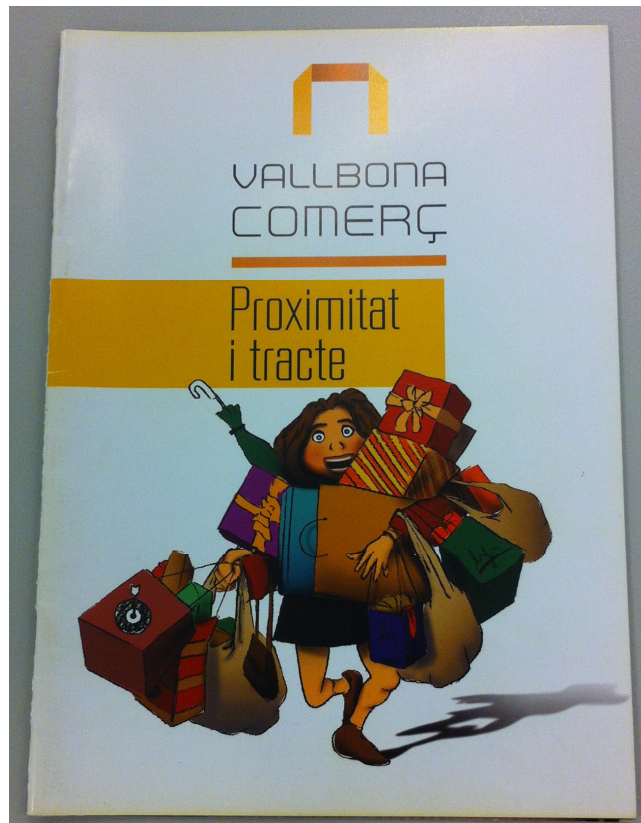
Consideracions

S'ha de ser conscient que la recaptació pot ser no és massa elevada, de forma que és convenient no generar massa expectatives i no fer una proposta molt ambiciosa. També es pot convidar a participar a alguna entitat del poble per donar-li més publicitat i recaptar més diners.

Experiències

Bigues i Riells.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ GUIA DE COMERÇ - INSTITUT



Imatge: Servei de Comerç Urbà. Diputació de Barcelona

L'acció de dinamització guia de comerç - institut tracta de posar en contacte aquests dos agents significatius del municipi.

Objectiu

- Elaboració d'una guia singular d'establiments comercials del municipi
- Connectar als alumnes de l'institut i les seves famílies amb el teixit comercial del municipi

Descripció

- Els alumnes de l'institut fan de periodistes i redacten un article dels comerços del municipi. Aquests articles es publiquen a la web del comerç el municipi o en una guia de comerç
- Convocar una reunió amb la direcció de l'institut per presentar la campanya i conèixer el seu interès en participar-hi
- Durant el curs escolar els alumnes de secundària o batxillerat treballen el gènere periodístic com a part de l'assignatura de literatura
- Es proposa al professorat de l'institut del municipi que, com a pràctica, els alumnes escriguin un article sobre algun comerç del municipi. A cada alumne (o grup d'alumnes) se li assignaria un comerç per què entrevistés al comerciant/a, faci alguna foto a l'establiment i redacti un article
- Aquest article pot donar una visió molt personal de l'establiment, destacant la proximitat del dependent/a, l'especialitat del producte o la singularitat de l'establiment o dels seus productes
- El professorat revisarà els articles i els faran arribar a l'ajuntament
- Aquest material (article i fotografies) serviran per editar una guia dels comerços del municipi. Si el comerç del poble té una pàgina d'internet també es pot omplir l'espai de cada establiment amb aquest contingut
- Els establiments obsequiaran als alumnes amb algun producte del seu establiment o val de descompte en la compra

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Aconseguir la participació i implicació de les escoles
- Cessió dels drets de l'article per part dels alumnes
- Edició de la guia singular dels establiments

Comunicació

- Comunicació interna als establiments i explicació de en què consisteix l'actuació per aconseguir el màxim de participants
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament i de l'institut
- Roda de premsa per comunicar l'inici de la campanya
- Roda de premsa per presentar la guia finalitzada

Despeses associades

- Edició de la guia de comerç

Temporització

Aquesta acció s'ha d'adaptar al calendari escolar, concretament a la programació formativa i al moment en què es treballa el gènere periodístic.

Agents implicats i funcions

- Comerç: Interlocutor dels comerços
- Institut: Interlocutor de l'escola
- Ajuntament o associació: encarregat de contactar amb l'escola, distribuir els alumnes entre els comerços participants, recollir els articles i gestionar l'edició de la guia

Mínim de participants

És important que hi participin el màxim d'establiments comercials del municipi per tal d'editar una guia el més completa possible.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o associació és qui ha de liderar l'acció i posar en contacte els agents implicats

Indicadors de seguiment

- Articles redactats
- Comerços participants
- Visites a la notícia al web

Experiències

Vallbona d'Anoia.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ

LES TEVES COMPRES TENEN PREMI



La teva COMPRA té PREMI!
Només als establiments associats

Compra als establiments associats del 8 al 12 de juny del 2015 i guarda els tiquets de les teves compres.
+ tiquets = + premis!

El 12 de juny, de 5 a 8 de la tarda, porta els tiquets a la carpa que tindrem a la plaça Bisaura i fes diana. Amb cada 2 tiquets podràs guanyar un premi, cada tirada premi segur!
Guanya abonaments per a la piscina, bosses, motxilles, esmorzars, vermutos, croissants, protectors de volants, menús ...

DEMANA'NS EL TEU TIQUET DE COMPRA

No 't'allis	639 938 086	L'òptica	938 550 577
Fruiteria Montse	938 529 078	Modes Noguer	938 550 213
Cal Cisteller	938 550 176	Forn de pa Torres	938 550 192
Merceria Perf. Marta	938 550 216	Ca la Càndida	938 529 083
Carnisseria Can Pedret	938 550 328	Bar L'Esport	652 833 176
Fisiorutpujol.com	646 199 918	Bar Restaurant	
Farmàcia Besora, SCP	938 550 044	La Conca del Ter (HOTEL)	938 529 640

Hi col·laboren:

Imatge cedida per l'associació de comerciants de Sant Quirze de Besora

Acció de dinamització comercial que premia les compres realitzades per la clientela durant un període de temps determinat.

Objectiu

- Fidelitzar les compres de la clientela
- Incentivar el nombre de compres
- Dinamització de l'eix comercial

Descripció i funcionament

- La clientela ha de guardar els tiquets o els comprovants de les compres realitzades als establiments participants durant la vigència de la campanya. El dia final de campanya, es pot instal·lar una parada a l'eix comercial on es podran bescanviar els tiquets per algun premi. La forma de bescanvi pot variar. Un exemple pot ser que per cada X tiquets de compra d'establiments diferents es pot fer una tirada a una diana amb premi segur
- La campanya ha de tenir una durada de temps acotada (7 a 10 dies)
- Es pot fer el lliurament d'obsequis utilitzant altres modalitats de joc. Per exemple, amb ampolles de cava buides que contenen els vals amb els premis i que s'han d'encerclar amb una anella
- S'ha de preveure tenir algun premi de molt baix valor en certa quantitat (per exemple gominoles o piruletes) per si es dispara l'assistència de persones que vénen a recollir el premi
- Els regals que es poden aconseguir poden ser de tres tipus:
 - ✓ Obsequis cedits pels comerciants, mostres de producte, vals descompte, etc.
 - ✓ Vals per gaudir d'experiències a la zona, cedits per l'ajuntament, per empreses de lleure, per artesans... (ex: abonaments per a la piscina municipal, entrades a concerts o a obres de teatre, visites a monuments, a obradors, àpats a restaurants...)
 - ✓ *Gadgets* promocionals a càrrec de l'ajuntament o de l'associació (bosses de compra, objectes de platja, bolígrafs...)
- Es pot optar per lliurar el premi in situ o bé s'han d'anar a buscar amb el val a l'establiment corresponent, abans d'una data determinada
- S'ha de dosificar l'aparició de premis importants i també és recomanable deixar algun premi bo pel final per mantenir la motivació i interès dels participants

Necessitats

- Premis gratuïts de comerços, empreses i institucions.
- Permís de l'ajuntament per a l'ocupació de la via pública
- Instal·lació d'una carpa a la via pública per fer el repartiment de premis i una diana

Comunicació

- Cartell i pancartes
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (whatsapp, facebook, twitter, instagram...)
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament

Despeses associades

- Cartells
- Gadgets
- Diana
- Lloguer d'una carpa (si s'escau)

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

Preferiblement a la primavera-estiu.

El temps necessari des de la coordinació de la campanya fins al repartiment de premis és de dos mesos aproximadament.

Agents implicats i funcions

- Associació o ajuntament: organitza i coordina la campanya.
- Comerciants: cedeixen alguns dels premis o vals i lliuren els tiquets de compra
- Empreses de restauració, de lleure, entitats: obsequien amb premis
- Ajuntament: dóna permís d'ocupació de la via pública

Mínim de participants

La campanya es pot fer amb qualsevol nombre d'establiments participants, però és interessant que s'hi sumin el 100%.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Tiquets de compra repartits durant la campanya
- Premis lliurats
- Increment del nombre de compres durant la campanya respecte al mateix període fora de l'acció
- Seguiment a les xarxes socials

Experiències

Taradell, Sant Quirze de Besora.

ACCIÓ DINAMITZACIÓ MARIDATGE DE PRODUCTES



#ESTEMCREUATS

Imatge cedida per Vic Comerç

L'acció de dinamització "maridatge de productes" tracta de posar en contacte els diferents establiments comercials del municipi promocionant el producte de forma singular.

Objectiu

- Fomentar el coneixement i la comunicació entre els comerciants del municipi
- Promoure la venda creuada i els productes en espais on no són habituals

Descripció i funcionament

- Els establiments comercials tindran l'oportunitat de promocionar un dels seus productes a l'aparador o interior d'un altre establiment del municipi. D'aquesta forma es poden donar a conèixer els productes en espais diferents i amb clientela diferent
- Per dinamitzar l'acció es poden anar creuant els diferents establiments, per exemple, cada mes. Si algun establiment troba que el producte de l'altre establiment reforça el seu missatge o la seva venda, poden arribar a un acord pel seu compte

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya
- Promoció de l'acció entre els ciutadants

Comunicació

- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Missatges a les xarxes socials (whatsapp, facebook, twitter, instagram...)
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament

Despeses associades

- Cost de la promoció de l'acció

Temporització

Aquesta acció s'hauria d'acotar en el temps per promoure la rotació dels productes i el contacte entre comerciants.

Agents implicats i funcions

- Comerç: Interlocutor dels comerços
- Ajuntament o associació: encarregat de recollir els productes i distribuir-los de nou

Mínim de participants

És indiferent el nombre de participants. A partir de 2 establiments ja es pot fer

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o associació és qui ha de liderar l'acció i posar en contacte els agents implicats

Indicadors de seguiment

- Nombre de comerços participants
- Seguiment a les xarxes socials

Consideracions

Aquesta campanya pot tenir diverses versions:

- Venda creuada: en aquest cas l'objecte s'ha d'integrar de forma complementària amb els productes de l'establiment fomentant la compra dels dos productes
- Concurs entre els clients per trobar l'element distorsionant de l'aparador. Qui encerti més és el guanyador / guanyadors. Es pot circumscriure als infants
- Muntatge de l'aparador complet en un altre establiment jugant amb el factor sorpresa

Experiències

- Voltreganès "Joc del marro"
- Vic "Estem creuats"

ACCIÓ DINAMITZACIÓ SOPAR ROMÀNTIC



Imatges cedides per l'Associació de Comerciants de Tona

Acció de dinamització comercial que permet gaudir d'una experiència inèdita al guanyador.

Objectiu

- Fidelitzar la clientela
- Implicar els comerciants i els recursos del territori en el desenvolupament de la campanya

Descripció i funcionament

- L'acció consisteix en el sorteig d'una experiència única, com pot ser un sopar romàntic en un indret emblemàtic (com podria ser els jardins d'un castell o a un castell) entre els clients dels comerços del municipi
- S'han de redactar les bases que regulin la mecànica d'aquesta acció
- Cal seleccionar el lloc emblemàtic on portar a terme l'experiència
- Els comerços participants a l'acció disposen d'un nombre determinat de butlletes, que hauran de repartir entre la clientela
- S'ha de fixar uns criteris de repartiment comuns entre els comerços participants
- La clientela participa a la campanya omplint amb les seves dades de contacte les butlletes que els donen els comerços en el moment de realitzar l'acte de compra
- Finalitzat el període determinat de l'acció, es recullen totes les butlletes i es fa el sorteig mitjançant l'extracció de la butlleta guanyadora
- Els comerciants són part activa en la preparació i la logística que comporta la celebració del sopar (o qualsevol experiència). Entre d'altres, s'encarregaran de la venda dels productes necessaris a preu de cost, de la preparació de l'àpat, de l'attrezzo o fent de cambrers.
- Per a complementar aquesta acció de dinamització s'hi poden afegir elements:
 - ✓ Els comerciants que ho desitgin poden cedir algun producte o algun val per bescanviar per un servei determinat. Amb els obsequis i vals recollits es fa una panera per als guanyadors, que se'ls lliura al final del sopar
 - ✓ Anar-los a buscar als seus domicilis en un cotxe clàssic o decorat per a l'ocasió
 - ✓ Rebre'ls en presència de l'alcalde amb una copa de cava
 - ✓ Amenitzar el sopar amb alguna actuació musical en directe

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya on quedin clars terminis, imports...
- Impressió de les butlletes de participació
- Permisos d'ocupació de l'espai escollit
- Necessitats logístiques: carpes, taules, cadires, espai de treball per a cuinar, il·luminació
- Personal per muntar, cuinar, servir, recollir

Comunicació

- Cartells i pancartes anunciadors de la campanya
- Comunicació interna als establiments amb informació de l'acció i la seva mecànica per tal que, si ho consideren oportú, s'hi adhereixin
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans de comunicació locals i comarcals
- Comunicat de premsa de final de campanya amb el resultat del sorteig i amb la celebració del sopar.
- Missatges a les xarxes socials (whatsapp, facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de promoció de la participació i de resultats del sorteig
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament

Despeses associades

- Disseny i impressió dels cartells
- Disseny i impressió de les butlletes
- Lloguer de carpes, il·luminació, taules, cadires
- Contractació d'un catering

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

El temps necessari per als preparatius i la coordinació de la campanya és de dos mesos.

Agents implicats

- Associació o ajuntament: és qui promou la campanya, coordina els materials i té el contacte amb els comerços participants
- Comerços: han de distribuir les butlletes als clients i s'han d'implicar activament en la campanya
- Propietaris de l'indret triat: han de donar l'autorització per cedir l'espai

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre de butlletes recollides per al sorteig
- Nombre de ressenyes als mitjans de comunicació
- Seguiment a les xarxes socials


Experiències

Tona

ACCIÓ DINAMITZACIÓ SORTEIG DE PRODUCTES DEL TERRITORI

Del 20 d'octubre al 17 de novembre 2013

COMPRA A MOIÀ I GUANYA





El sorteig es farà el diumenge 17 de novembre a les 5 de la tarda a la plaça del Colom. S'avisarà al guanyador/a.

El lot de productes estarà exposat durant la campanya a un aparador de la Baixada del Mestre de Moia.

Omple amb les teves dades a les butlletes que trobaràs a tots els establiments ABIC abans del 15 de novembre. Els dies 16 i 17 de novembre es podran deixar les butlletes a la urna situada davant del Casal.

**1 LOT DE
PRODUCTES
DEL MOIANÈS
1 VAL DE
COMPRA 200€**

Amb el suport de:   **Diputació
Barcelona**

Imatge cedida per l'Associació de Comerciants de Moia

Acció de dinamització comercial que afavoreix la creació de sinèrgies entre el comerç i el producte del territori, afavorint la promoció d'ambdós.

Objectiu

- Fidelitzar la clientela
- Promocionar els productes elaborats al territori

Descripció i funcionament

- Aquesta acció de dinamització comercial consisteix en el sorteig d'un doble regal: un lot de productes del territori i un val de compra per gastar en els comerços adherits a l'acció. Aquest sorteig es fa entre la clientela del comerç del municipi
- Durant un període de temps determinat els comerços participants reparteixen butlletes entre la seva clientela
- S'ha de fixar uns criteris de repartiment comuns entre els comerços participants
- La clientela participa a la campanya facilitant les seves dades de contacte a les butlletes que els donen els comerços en el moment de realitzar l'acte de compra
- Els productes que se sortegen són cedits per les empreses, els artesans, els pagesos, etc. del territori
- El cost del val de compra de regal va a càrrec de l'associació de comerciants
- El lot de productes es pot exposar durant la campanya en algun aparador buit cedit pel seu propietari
- Finalitzat el temps previst per a l'acció, es recullen les butlletes a tots els establiments i es fa el sorteig (a les bases de l'acció caldrà preveure on, com i quan es realitza)
- A la persona guanyadora se li lliura el lot de productes i el val de compra, que s'haurà de gastar abans d'una data determinada
- Gestió d'una base de dades de clients

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya

- Trobada amb el sector productor local per proposar-los la seva participació activa en l'acció
- Logística per a la recollida de productes de les empreses productores
- Llistat i contacte amb propietaris de locals buits per a la cessió temporal del mateix
- Disseny i impressió de les butlletes de participació
- Urnes

Comunicació

- Cartells i pancartes informatives de l'acció
- Comunicació interna als establiments mitjançant una fitxa de funcionament de l'acció
- Inserció d'un anunci que es pot fer arribar a tots els mitjans locals i comarcals
- Missatges a les xarxes socials (whatsapp, facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de promoció de la participació i de resultats del sorteig
- Notícia a la web de l'associació i/o de l'ajuntament

Despeses associades

- Disseny i impressió dels cartells
- Disseny i impressió de les butlletes
- Urnes per a la recollida de butlletes

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

La durada de la campanya és d'un mes.

El temps necessari per als preparatius de campanya (disseny gràfic, recollida de productes, recerca d'aparador, exposició, impressions i distribució als comerços participants) és aproximadament de dos mesos.

Agents implicats i funcions

- Associació o ajuntament: promou i coordina la campanya, i té el contacte amb els comerços participants, amb les empreses que cedeixen productes i amb els propietaris del local on s'exposarà el premi. També es farà càrrec del cost del val de compra de regal
- Comerços: han de distribuir les butlletes als clients
- Empreses productores: cedeixen els seus productes per a la campanya
- Propietari local buit: cedeix l'aparador del local per a l'exposició del premi

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços per tal d'ampliar el ventall de possibilitats d'elecció del premi. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments comercials participants
- Nombre de productors participants
- Nombre de butlletes recollides per al sorteig
- Seguiment a les xarxes socials

Consideracions

Campanya molt adequada en municipis situats en zones riques en producte agroalimentari.

Experiències

Moià

ACCIÓ DINAMITZACIÓ SORTIDA D'UN DIA PEL TERRITORI



Del 4 al 26 d'octubre de 2014

Compra als comerços Abic
i participa en el sorteig:

**Una sortida
d'un dia
per a 10 persones
pel Moianès**

Demana la teva butlleta!

El sorteig es farà el 30 d'octubre de 2014.
Campanya per a majors de 16 anys.
Bases de la campanya dipositades a l'oficina de l'Abic Mojà.

SE REU

abic
Associació de Comerciants

Imatge cedida per l'Associació de Comerciants de Mojà

Campanya promocional que pretén donar a conèixer les potencialitats del territori des del comerç.

Objectiu

- Fidelitzar a la clientela
- Crear sinèrgies amb el sector turístic
- El comerç com a prescriptor del sector turístic

Descripció i funcionament

- La campanya consisteix en el sorteig entre la clientela del comerç del municipi d'una sortida per X persones pel municipi o per la zona. La sortida inclou esmorzar, visites guiades a recursos culturals, naturals o patrimonials, dinar i, si es vol, regal d'un lot de productes cedits pels comerciants
- Cada comerç disposa d'un nombre de butlletes, que haurà de repartir al seu criteri durant la vigència de la campanya
- El sorteig es pot fer o bé per un nombre determinat de parelles, per exemple 5 o bé només per a 1 persona que podrà gaudir del premi acompanyada de X més, per exemple 9
- Durant un temps determinat, quan el client va a comprar en un establiment del municipi, rep una butlleta per participar en el sorteig. En aquesta butlleta, el client escriu les dades personals (nom, telèfon i població)
- Quan s'acaba la campanya, es recullen totes les butlletes i es fa el sorteig. Se cita el/s guanyador/s i es fa una fotografia del lliurament del premi, que s'envia als mitjans de comunicació locals i comarcals
- El dia concertat per a la sortida, una persona ha de fer de guia per atendre les necessitats del grup i portar-los d'un lloc a l'altre. Depenent del nombre de premiats i dels desplaçaments que s'han de fer, es pot llogar un minibus
- Per a l'organització de la sortida, s'han de pactar els àpats amb els bars o restaurants, buscar la persona que farà de guia, concertar les visites que es faran i, si s'escau, recollir els obsequis que es lliuraran als guanyadors
- Gestió posterior d'una base de dades de clients

Necessitats

- Redacció de les bases de la campanya que han de recollir les condicions de participació i explicitar els detalls del premi

- Impressió de les butlletes de participació
- Urnes
- Recerca de la persona que acompanyarà els guanyadors durant la sortida
- Concertar amb bars, restaurants i llocs a visitar
- Recollida d'obsequis cedits pels comerços

Comunicació

- Cartells anunciadors de la campanya per penjar tant als establiments participants com a cartelleres o a punts estratègics del municipi
- Comunicació interna als establiments a partir d'una fitxa d'instruccions de campanya
- Comunicat de premsa d'inici de campanya que es fa arribar a tots els mitjans locals i comarcals (ràdio, premsa, televisió)
- Comunicat de premsa de final de campanya amb el resultat del sorteig
- Missatges a les xarxes socials (facebook, twitter, instagram...) d'inici de campanya, de promoció de la participació i de resultats del sorteig
- Notícia a la web de l'associació o de l'ajuntament

Despeses associades

- Disseny i impressió dels cartells
- Disseny i impressió de les butlletes
- Urnes
- Obsequis
- Contractació d'un guia
- Contractació d'un minibus
- Dinar del grup

Caldrà determinar prèviament com es finançarà el cost de l'acció.

Temporització

La durada de la campanya ha de ser d'un mes com a màxim.

El temps necessari per als preparatius de campanya (disseny gràfic, impressions, distribució als comerços participants i preparació de la sortida) és aproximadament d'un mes.

Agents implicats i funcions

- Associació o ajuntament: és qui promou la campanya, coordina els materials, té el contacte amb els comerços participants i organitza la sortida
- Comerços: han de distribuir les butlletes als clients, poden cedir obsequis per als guanyadors
- Restaurants i recursos turístics: s'hi ha de pactar les condicions de la sortida

Mínim de participants

És important la participació del màxim nombre de comerços. Si l'acció està impulsada per l'associació de comerciants, hi hauria de participar el 100% dels comerços associats.

Lideratge de l'acció

L'Ajuntament o l'associació de comerciants.

Indicadors de seguiment

- Nombre d'establiments participants
- Nombre de butlletes recollides per al sorteig
- Seguiment a les xarxes socials

Consideracions

És aconsellable que el premi inclogui visites de diferents tipus: a monuments, a alguna empresa elaboradora, a algun recurs natural... I, si és possible, que el client gaudeixi d'alguna experiència única (visita a algun indret que no està obert al públic, actuació musical en directe...).

Es poden editar diferents cartells de campanya amb imatges dels recursos que es visitaran.

Experiències

Les Masies de Voltregà, Sant Hipòlit de Voltregà, L'Estany, Moià, Manlleu.

ANNEXOS

ELS RECORDS DELS AVIS

BASES DE LA CAMPANYA:

1. L'Associació..... convoca un concurs per triar la millor fotografia i explicació relacionada amb els avis.
2. Poden participar al concurs tots els nens i les nenes matriculats en algun curs d'educació primària en algun dels centres d'ensenyament de.....
3. Per participar al concurs, el nen o la nena ha d'enganxar al revers d'aquest full la reproducció d'una fotografia en la qual s'identifiqui alguna escena de la vida quotidiana (treball, festes, família, costums..) que tingui com a protagonista un dels seus avis. A l'espai inferior de la fotografia ha de fer una breu descripció a partir de la història que li expliqui l'avi o l'àvia.
4. Demanem que s'enganxin reproduccions o fotocòpies de les fotografies originals. En cap cas, l'organització es fa responsable de la pèrdua de cap fotografia.
5. Totes les làmines participants s'exposaran als aparadors de.....adherits a l'Associació
6. Un jurat format per representants de triarà la història que consideri més original i ben descrita.
7. El guanyador/la guanyadora del concurs rebrà una bicicleta.
8. El termini màxim per lliurar les làmines a les escoles és el dia de.....de 2015.
9. El nom del guanyador es donarà a conèixer el dia de.....de 2015.
10. La participació al concurs comporta la cessió a l'Associació..... dels drets de reproducció i utilització de les fotografies, els textos explicatius i les dades personals dels participants a efectes de promoció de la campanya de dinamització comercial.
11. D'acord amb la Llei orgànica 15/1999, de 13 de desembre, de protecció de dades de caràcter personal, s'informa que les dades personals facilitades pels participants s'incorporaran a un fitxer propietat de l'Associació..... Les dades tenen com a finalitat gestionar la participació al concurs.

L'Associació no efectuarà comunicacions o cessions a tercers de les dades personals, seguint la normativa vigent sobre la protecció de dades

CAMPANYA “ET TORNEM L’IMPORT DE LA COMPRA”

BASES DE LA CAMPANYA:

1. Durant el mes de, l'associació..... organitza una campanya promocional adreçada als clients que compren en algun dels establiments associats, que consisteix en el sorteig de 3.000 euros en devolució de l'import de les compres.
2. La campanya es desenvoluparà de l'1 al 30 de de 2015.
3. Tots els clients que durant aquest període facin alguna compra en algun establiment associat podran participar en un sorteig perquè se'ls retorni l'import de la seva compra, amb un màxim de 300 euros. Els guanyadors rebran l'import del premi en vals de compra a bescanviar als establiments associats abans del de de 2015.
4. Els clients que vulguin participar a la campanya hauran d'escriure al revers del tiquet de compra el seu nom i número de telèfon i dipositar-lo a les urnes que trobaran a tots els comerços associats.
5. El sorteig es farà el dia.... de..... de 2015 a
6. En el moment del sorteig, s'aniran extraient tiquets de compra fins arribar a l'import global de 3.000 euros. L'import dels tiquets que tinguin decimals s'arrodonirà a l'alça fins al valor del proper euro.
7. Si l'import del darrer tiquet extret, sumat a tots els anteriors, sobrepassa la xifra dels 3.000 euros, el premi que li correspondrà serà igual a la diferència entre els 3.000 euros i l'acumulat dels premis anteriors.
8. Els comerciants associats no poden participar a la campanya amb tiquets dels seus establiments.
9. Els participants a la campanya cedeixen les seves dades a efectes del sorteig. En cas de sortir guanyadors, autoritzen la difusió del seu nom i fotografia.

CESSIÓ DE DRETS D'IMATGE

En/Na.....

amb DNI....., de l'establiment.....
de.....

autoritzo l'Associació de comerciants..... a la presa d'imatges meves per il·lustrar el
calendari de la campanya.....






Les imatges podran ser difoses en qualsevol mitjà (TV, premsa, internet, material promocional, xarxes
socials...).

Només es podran difondre amb caràcter gratuït per promocionar les activitats de
l'Associació.....

Em comprometo a no reclamar cap compensació, pagament i/o indemnització per a la utilització de la
meva imatge en els termes descrits.

.....a..... de.....de 2015

Signatura

Motxilla ecològica - Càlcul d'un exemplar		
Núm. bDAP	bDAP281	
Massa publicació (g)	587	Estalvis:*
 Petjada de carboni (g CO ² eq.)	875	434
 Residus generats (g)	66	5
 Consum d'aigua (L)	16	23
 Consum d'energia (MJ)	22	26
 Consum de matèries primeres (g)	411	365

*Impacte ambiental estalviat respecte a una publicació comuna semblant

La Diputació de Barcelona és una institució de govern local que treballa conjuntament amb els ajuntaments per impulsar el progrés i el benestar de la ciutadania.

En aquest document es presenten una sèrie d'actuacions que poden constituir un bon exemple per al personal tècnic municipal per tal de definir i portat a terme accions de promoció i dinamització comercial al territori.



Gerència de Serveis de Comerç
Servei de Comerç Urbà
Recinte Mundet. Edifici Migjorn, 2a
Passeig de la Vall d'Hebron, 171.
08035 Barcelona
Tel 934 049 025 - Fax 934 049 147
s.comercurba@diba.cat - www.diba.cat

