

opinió

El Taller d'Emprenedors "és un esforç important i un dels objectius que el Govern i Andbanc es van plantejar a partir del Llibre blanc de la Societat de la Informació", explica Daniel Bastida, rector de la Universitat d'Andorra i comissionat per a la Societat de la Informació. Per això, no ha de sorprendre a ningú que tant el sector públic com el sector privat vulguin capitalitzar una iniciativa que s'ha consolidat amb quatre edicions. "El balanç és del tot satisfactori, només cal dir que de 10 alumnes que van integrar l'últim Taller, 8 volen crear una empresa". La col·laboració entre el Govern i l'entitat bancària només reuneix avantatges: "Hem sumat coneixements i mantenim unes relacions cordials amb franquesa per beneficiar el producte final, que, a més a més, és molt adaptat a Andorra". Daniel Bastida argumenta aquest última característica en l'empenta dels comerciants i empresaris que han marcat l'evolució d'Andorra els últims cinquanta anys. "La nostra societat ha estat fins ara molt emprenedora, els nostres pares i avis han sabut arriscar-se i fer negoci. Ens agradaria que el Taller ajudés a mantenir aquest esperit entre els joves, que són els empresaris d'avui i de demà". L'ensenyament, més pràctic que teòric, es

beneficia d'un professorat d'excepció i vol proporcionar els mitjans necessaris per crear una empresa a tots els interessats. "Des del punt de vista jurídic, administratiu i tècnic no és tan fàcil muntar una empresa i si et cal demanar un crèdit al banc, has de presentar un pla de negoci; és per això que vam dissenyar el Taller, per facilitar el camí al jove que vol fer realitat una idea". La voluntat d'incentivar i promoure la inquietud emprenedora no és una casualitat sinó fruit de la reflexió "d'un grup bastant nombrós de persones provinents dels sectors públic i privat i de totes les institucions d'Andorra". D'entre 50 projectes que el Llibre blanc de la Societat de la Informació recull per fomentar l'actitud emprenedora entre el jovent, "el Taller d'Emprenedors és una realitat que, a més a més, ha demostrat la seva utilitat a través dels alumnes". En opinió de Daniel Bastida, la iniciativa "paga la pena perquè el Taller és un motor que pot ajudar a dinamitzar la nostra societat tot recollint els ensenyaments i l'experiència d'altres persones".

►► Daniel Bastida



“El Taller és una realitat que ha demostrat la utilitat”

Els nous 'e-clients'

Més ràpids i intel·ligents, exigeixen millors serveis

Sigui quina sigui l'activitat que un emprenedor desitja iniciar, el que no es pot perdre mai de vista són les característiques de les diferents tipologies de clients que configuren el públic objectiu destinatari dels productes i/o serveis.

En el cas d'Internet, quan parlem d'e-clients hem d'observar atentament que el comportament dels usuaris, és a dir, la seva actitud, s'adapta al canal. Internet és un canal que evoluciona de manera trepidant, és enormement competitiu i els e-clients actuen de manera ràpida i impulsiva, i exigeixen millors serveis.

És important reconèixer que Internet és un mitjà diferent dels altres: és interactiu i, precisament per això, no podem limitar-nos a penjar els nostres productes i serveis a la xarxa.

La capacitat d'interactivitat, de personalització i de transaccionabilitat amb clients de tot el món el converteixen en un mitjà màgic per als entusiastes del màrqueting i de la gestió empresarial.

Andbanc dissenya els seus sites (andbanc.com, parquetryvirtual.com) i el seu servei de banca per Internet (e-andbanc) seguint un patró molt bàsic, però que alhora és complex d'aconseguir: oferir solucions de valor. Els usuaris tenen problemes, dubtes, necessitats molt concretes, de manera que cerquen constantment solucions que responguin de manera eficient a les seves expectatives.

En molts casos no es tracta exclusivament de productes o serveis específics, ni tan sols de disposar dels elements necessaris per aconseguir unes bones funcionalitats, un bon flux de la informació, *feedback* o tècniques de fidelització. Es tracta de crear ofertes que combinin productes i serveis (no, ¡no està mal escrit!). En aquestes ofertes no hi ha un guió entre les paraules productes i serveis.

S'ha d'aprendre permanentment de l'usuari i aplicar les modificacions de manera ràpida, aportar valor relacional i aconseguir que l'experiència de cada client augmenti el valor i el posicionament de marca, i crear aliances estratègiques entre la tecnologia i el màrqueting per arribar al client amb solucions diferenciades.

El més important per posar en marxa la nostra activitat a Internet és l'elecció d'un domini, és a dir, la paraula que fem servir per accedir a la nostra pàgina web (andbanc.com). El domini ha de ser intuïtiu, fàcil d'escriure i de recordar. A més, s'ha de procurar que transmeti l'essència dels nostres serveis, el benefici que comporten, a banda d'un posicionament: andbanc.com (el banc d'Andorra), parquetryvirtual.com (gran quantitat d'informació dels mercats financers). ♦

andbanc.com