

Pla estratègic

FAAOC 2021-2023

Índex



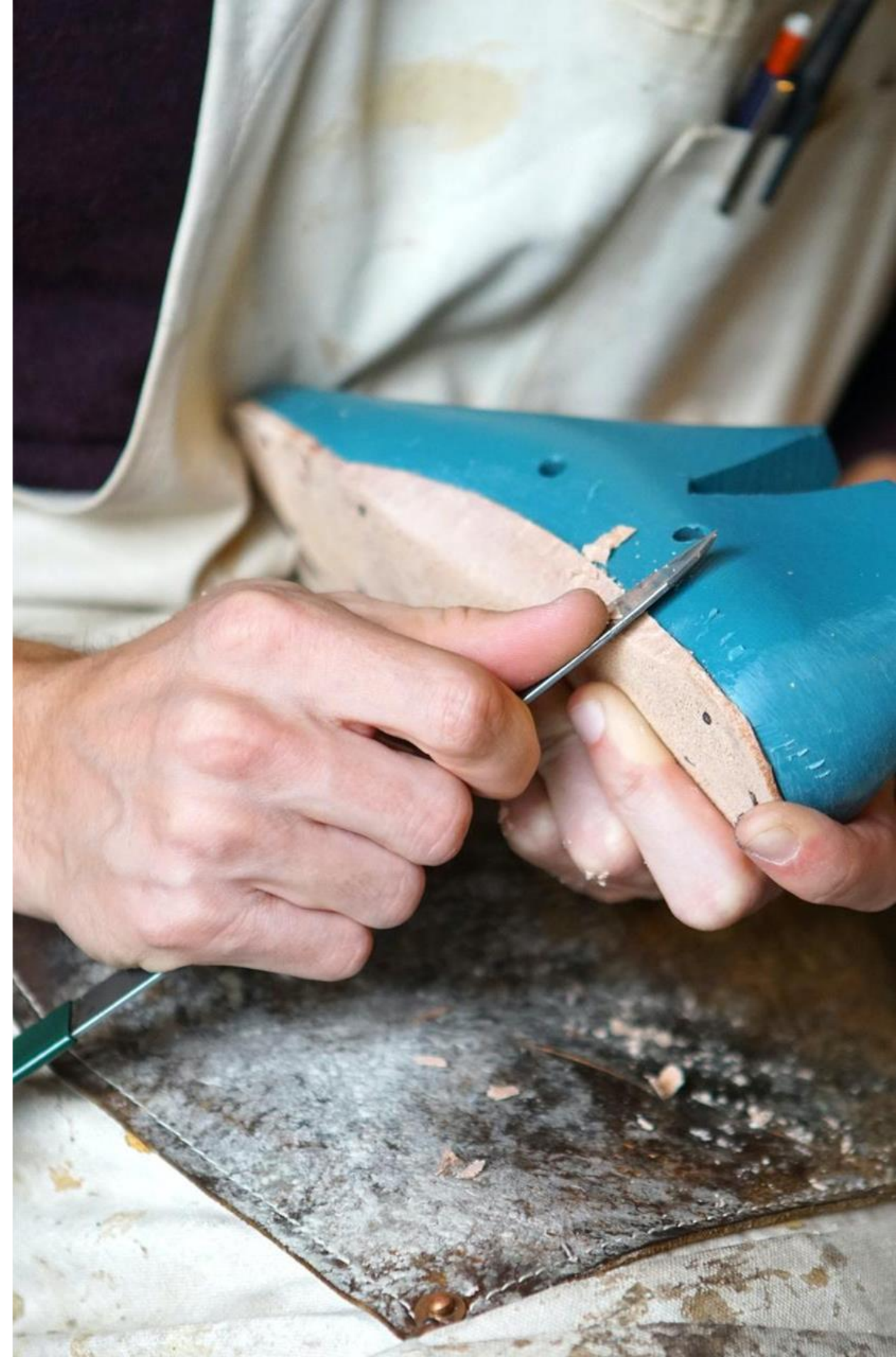
Introducció	01
La FAAOC	02
Procés Participatiu d'Elaboració	02
Comercialització	04
Representativitat	05
Competències del sector	06
Comunicació	07

Introducció

La COVID-19 ha afectat a tots els sectors econòmics de la societat, i l'Artesania de Catalunya no n'ha estat una excepció.

El Pla Estratègic 2018 - 2020 de la FAAOC es va desenvolupar amb la voluntat d'incidir en el procés de transformació econòmica i canviar aquesta tendència, essent assolits únicament una petita part dels objectius. Aquest Pla es va centrar en 4 grans àrees:

Innovació, Visibilitat, Dinamització i Representativitat.





El nou Pla Estratègic 2021-2023 neix amb la voluntat d'aconseguir assolir el màxim d'objectius plantejats possibles.

L'objectiu principal del nou **Pla Estratègic 2021 - 2023** de la FAAOC que presentem és impulsar la **col·laboració real** entre els mateixos artesans i representants de les associacions membres de la FAAOC, per tal de promoure **nous models de negoci adaptats a les necessitats actuals dels seus clients..**

Reunió part de l'equip de la FAAOC i de SOM-HI durant la pandèmia

SOM-HI



La FAAOC

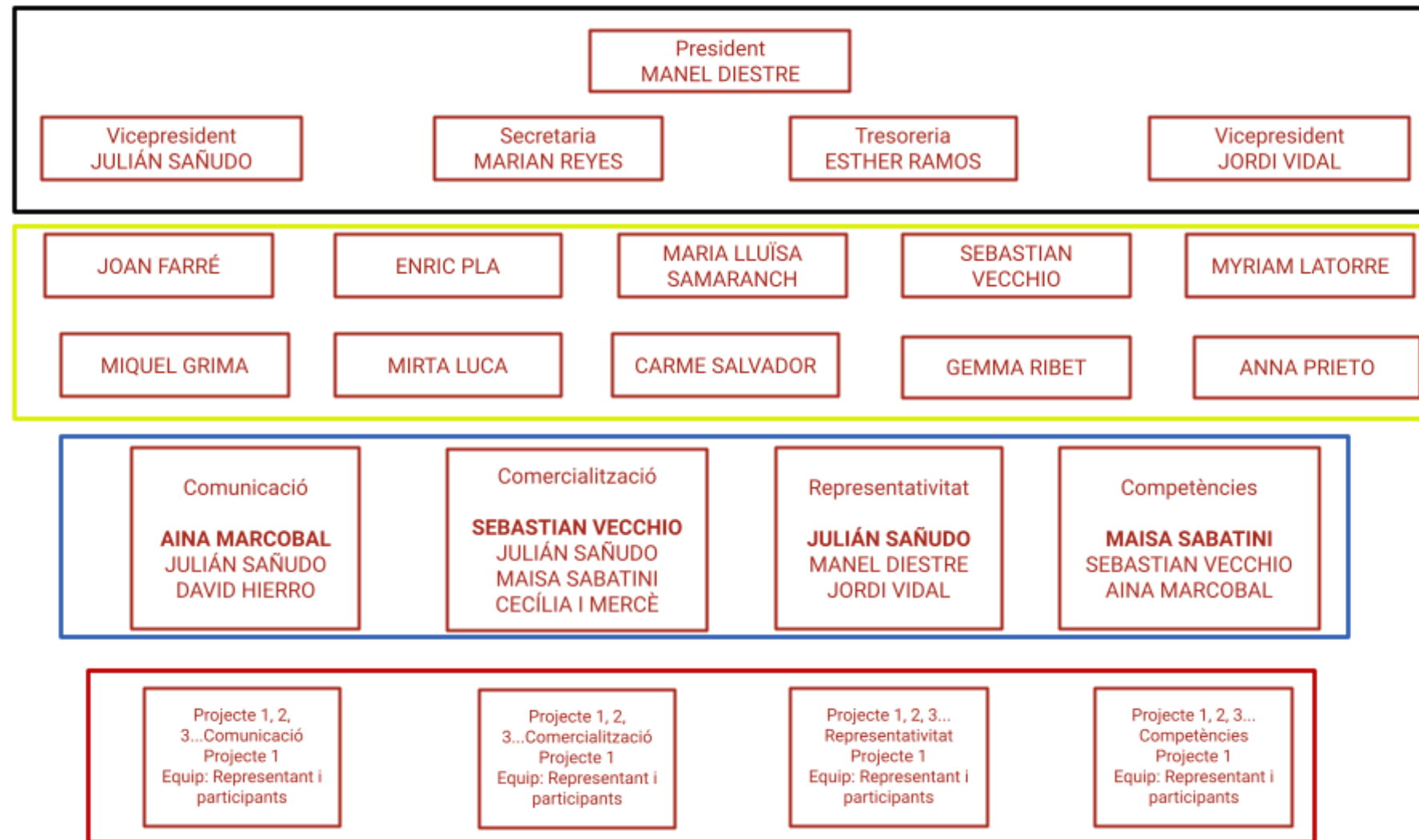
Federació d'Associacions d'Artesans d'Ofici de Catalunya

La **FAAOC** té com a objectiu **unir els esforços** de les diferents associacions d'artesans d'ofici existents per dinamitzar i prestigiar el sector, així com esdevenir un **interlocutor amb l'administració**.

Exerceix com a agent per **prestigiar l'artesanía d'excel·lència** i treballar perquè **augmenti la valoració social dels oficis**. L'entitat també treballa per cobrir algunes de les mancances de formació del sector i **garantir la continuïtat i el relleu generacional de cada ofici**.

El **Pla Estratègic 2021 - 2023** té com a **objectiu bàsic implicar els artesans** en els projectes que es proposen. Per això, es proposa una **nova estructura per la Federació**, en la qual es creen quatre **Comissions Verticals**, associades a les quatre grans àrees de treball del Pla:

Comercialització, Representativitat, Competències i Comunicació



La Junta directiva de la FAAOC està formada per un president, dos vicepresidents, una secretària, un tresorer i tants vocals com a associacions hi ha a la FAAOC.

Tots 14 representants conformen la **Junta Completa**, on exposen, debaten i decideixen democràticament les principals línies d'actuació de l'entitat.

Procés Participatiu d'Elaboració

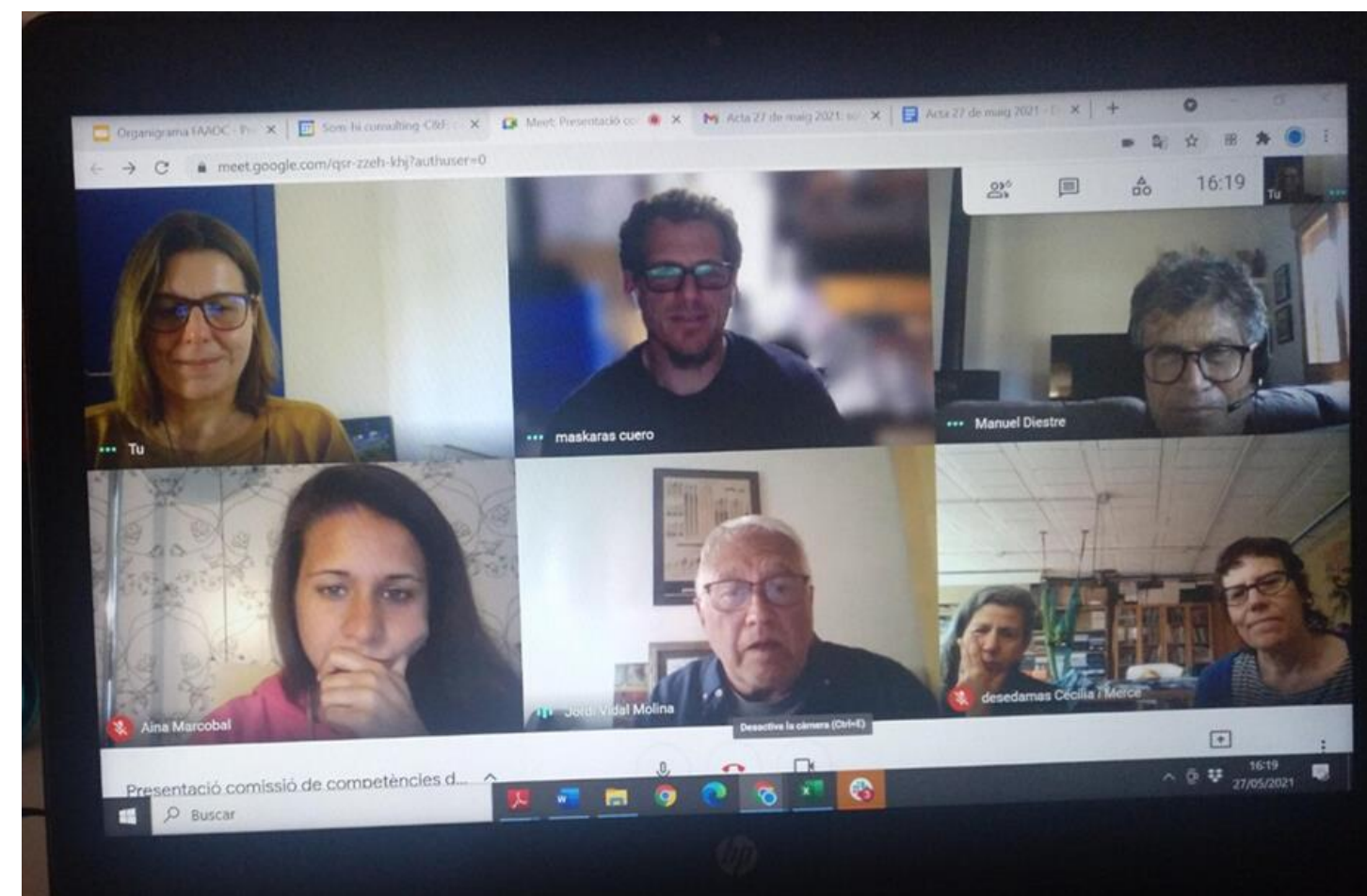
El **Pla Estratègic 2021 - 2023** ha estat elaborat mitjançant un **Procés Participatiu** amb la finalitat de potenciar la col·laboració entre els professionals artesans i elaborar projectes alineats amb les necessitats presents al mercat.

El **Pla Estratègic** final és resultat de reunions, formacions, *mentoring*, *coaching* i consultoria especialitzada que s'han anat succeint al llarg de 4 mesos.



Una de les nostres reunions participatives

SOM-HI i FAAOC



Sistema de treball:

Les tècniques bàsiques de la metodologia **Agile** que ajuden al sector de l'artesania a gestionar els projectes amb èxit són:

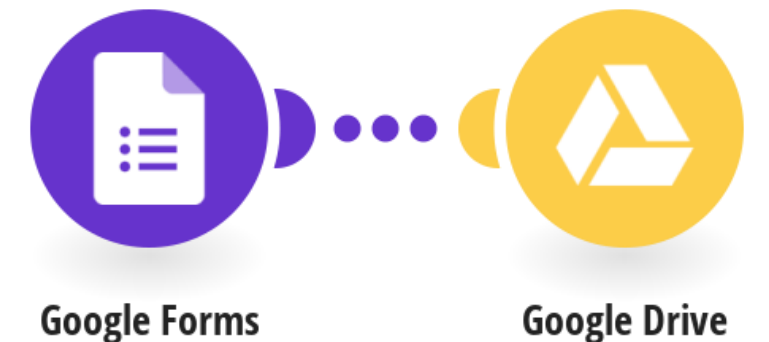
- **Divisió de l'objectiu principal** en micro-objectius i assignació d'equips per cada micro-objectiu.
- Els **equips dels projectes són autònoms** i s'organitzen internament.
- Els membres de cada equip dediquen el seu temps a **un únic projecte** per guanyar agilitat.
- Cada membre de l'equip és **especialista** en una part del projecte i, per tant, n'és el responsable.
- El **Responsable de la Comissió** lidera els projectes, defineix l'estratègia i en determina els recursos.



Eines gratuïtes per l'organització i comunicació

Durant tot aquest procés participatiu hem utilitzat aplicacions gratuïtes: **Slack** com a canal de comunicació entre els membres del grup, **Google Drive** com a gestor documental i repositori dels documents generats, així com el **Google Forms** per realitzar formularis i enquestes de tota mena.

La metodologia aplicada i les eines utilitzades són adients pel cas específic de la **FAAOC**, ja que ajuden a **reduir les distàncies físiques** que hi ha entre els seus socis, que són entitats i empreses repartides per tot el territori. A més, és una metodologia que **fomenta la cooperació**, un aspecte que s'ha inclòs en la reformulació de la Missió, Visió i Valors de l'entitat.



La base de tot

El primer treball que es va realitzar en aquest **Procés Participatiu** va ser consensuar **el Perquè** de la FAAOC, per tal de poder centrar-ne la seva **Visió Estratègica**.

Com a resultat d'aquesta reflexió s'ha produït una reformulació de la **Missió, Visió i Valors de l'entitat**, que han estat la base per a l'elaboració del **Pla Estratègic** i, per tant, també de tots els projectes que realitzi o promocióni la **FAAOC**.



Missió

Unir esforços d'associacions d'artesans d'ofici a Catalunya per treballar com a dinamitzadora, valorar el sector, ajudar-lo a ser sostenible, donar-li visualització i esdevenir interlocutora entre el món d'artesanía i els representants d'altres àmbits.

Visió

Ser referent del món artesà a Catalunya i esdevenir el motor de l'excel·lència i la innovació de la professió, i del desenvolupament sostenible i la cooperació dins i fora del sector.

Valors

Ofici Artesà

Honestedat

Cultura

Transparència

Compromís

Tradició

Innovació, actualització

Fusió, mestissatge, multisectorial, multidisciplinari

Inter generacional

Territori

Sostenibilitat

Transmissió de coneixement

Col·laboració, treball en xarxa

Comercialització

Objectiu

Impulsar un model d'empresa artesana on tingui cabuda qualsevol mena de gestió empresarial, i ajudar a que els socis de la **FAAOC** i les empreses artesanes puguin optar a un sistema de gestió empresarial més simple i competitiu

Components actuals

Sebastián Vecchio, Julián Sañudo, Maisa Sabatini, Cecília González i Mercè González.

Descripció de l'àmbit

Idear i impulsar accions que vagin destinades a potenciar les vendes i els marges comercials de les empreses artesanes, tenint sempre present la línia estratègica.

Es busca una col·laboració real que permeti que totes les parts implicades en surtin beneficiades (en el que s'anomena un *win-win*).

Per altra banda, les vendes també es veuran beneficiades si es realitza un impuls dels valors culturals de l'artesania, També es planteja aconseguir que la **FAAOC** actuï com central de serveis, negociació i compres.

Projectes proposats:

A) Dinamitzar les vendes de les empreses artesanes (omnicanal)

- Realitzar el Pla de Negoci del **Projecte Mercat Efímer** amb 3 models (*show-room market* (Operador d'un espai), *pop-up store* (botiga temporal) , *market cobranding* (Cooperació entre marques dintre d'un stand o fira)
- Definir l'estratègia de **comercialització omnicanal**, tant per mercat **B2B** com per **B2C**.
- Dissenyar i realitzar una **enquesta** al llistat d'artesans del qual es disposa, per tal d'identificar les seves necessitats, fortaleces i debilitats, i buscar-ne elements coincidents per la creació d'un catàleg interactiu.
- Realitzar un llistat complet dels museus i sales d'exposicions disponibles durant l'any.



Temporalitat:

- 2021: Crear el Pla de Negoci del **Projecte Mercat Efímer** i concretar l'estratègia **B2B**
- 2022: Testar els 3 models.
- 2023: Consolidar el model de venda omnicanal de la **FAAOC** al client final. B2C i B2B.

Indicadors: Bases de dades d'exposicions, nombre d'acords aconseguits i nombre de mercats, fires i professionals, evolució de les vendes.

Projectes proposats:

B) Incrementar els valors culturals del sector artesà:

- Identificar aquelles **fires o mercats** que comparteixin els **valors culturals positius** dels productes artesans, per tal de potenciar-les.
- Detectar en quins ambients o situacions és més important remarcar els valors de l'artesania i explicar-los mitjançant un **relat de marca** (*storytelling*).
- Els **associats** de la **FAAOC** han de potenciar els valors artesanals i culturals des de les seves pròpies associacions.

Temporalitat:

- 2021: Realitzar una primera prova pilot del model de mercat efímer de la FAAOC a la fira d'artesania de Nadal a Lleida, així com el desenvolupament del projecte d'un nou mercat artesanal a Barcelona.
- 2022 - 2023, impulsar el mateix model en altres mercats, com a Barcelona, Girona i Tarragona.

Indicadors: Base de dades de fires d'artesania que busquin la qualitat i excel·lència.

Projectes proposats:

C) Impulsar l'actuació de la FAAOC com a central de compres i vendes::

- Aconseguir que la **FAAOC** actuï com a **central de serveis i compres** tant a les mateixes associacions com als seus socis artesans.
- Elaboració del **Marketplace by FAAOC**, dirigit el mercat B2C i B2B i una **intranet** que agrupi el catàleg de serveis disponibles amb valor afegit pels socis de la FAAOC, com pot ser l'agrupació de vendes o compres.
- Generació de **packaging** i un *visual merchandising* com per utilitzar en els mercats efímers.

Temporalitat:

- 2021: Concretar serveis possibles de la central de serveis, planificar l'estructura del *marketplace* i la intranet pels socis.
- 2022: Desenvolupar el *marketplace* i posar en marxa la intranet pels socis.

Indicadors: Intranet d'artesans, catàleg de serveis i desenvolupament del *marketplace*.

Representativitat

Objectiu

Potenciar la interrelació entre les associacions, gremis i empreses artesanes amb altres agents i institucions, per tal de captar i capitalitzar al màxim la despesa associada a aquests i, a partir d'aquí, aconseguir ser *Lobby* del sector.

Components actuals

Julián Sañudo, Manel Diestre, Jordi Vidal.

Descripció de l'àmbit

Amb el pas dels anys, la **digitalització** ha comportat un fàcil accés a un mercat potencialment més ampli, que cada vegada esdevé més global i amb unes fronteres més difuses.

Aquest canvi d'escenari facilita poder practicar i beneficiar-se d'una **representativitat més àmplia** per part del sector artesanal català, per tenir presència en un major nombre d'àmbits.

Projectes proposats:

A) Creació d'un correu comú i un dossier de patrocini:

- Generar un **redactat de presentació** pel cost de text d'un correu electrònic comú que permeti centralitzar les comunicacions realitzades.
- Elaborar un **dossier de patrocini** que englobi totes les associacions representades per la FAAOC.

Temporalitat:

- 2021: Redactar i consensuar el text pel correu electrònic i realitzar el primer plantejament del dossier de patrocini.
- 2022: Maquetar digitalment el dossier de patrocini i penjar-lo a la intranet.

Indicadors: Dossier de patrocini, correu electrònic comú, nombre d'accions realitzades i valors aconseguits.



Projectes proposats:

B) Realització d'accions per potenciar la representativitat en diferents entitats:

- **Contactar amb diferents entitats i departaments** per tal d'impulsar una col·laboració conjunta amb la FAAOC:
Associacions en l'àmbit europeu i mundial, Generalitat de Catalunya, Diputacions, Consells comarcals, Ajuntaments, Cambra de Comerç, associacions d'empresaris, federacions, col·legis professionals...

Temporalitat:

- 2021: Executar el primer enviament a la BBDD.
- 2022: Sistematitzar les accions i les relacions institucionals.
- 2023: Consolidar la gestió institucional.

Indicadors: Nombre de contactes realitzats, ampliar la BBDD amb les referències.

Competències del sector

Objectiu

Incentivar l'**emprenedoria**, reforçant el **coneixement** i la **formació** de les associacions, gremis i empreses artesanes que representa la FAAOC.

Components actuals

Maisa Sabatini, Sebastian Vecchio, Aina Marcobal.

Descripció de l'àmbit

- Importància de les **aptituds, actituds i habilitats**.
- En el sector artesanal català, cal reconèixer que els artesans no poden realitzar íntegrament totes les tasques implicades en els seus negocis. És una possibilitat optar per a la **subcontractació** d'algunes tasques, per tal que l'artesà pugui centrar els seus esforços en aquelles activitats en les que genera un major valor afegit..
- Cal **potenciar la formació** i la **transmissió de coneixements**.
- És necessari impulsar un **canvi d'actitud** dins del sector, fomentant la **col·laboració** i el **positivisme**.

Projectes proposats:

A) Elaboració de llistats de proveïdors, formacions i programes:

- Realitzar una base de dades de **proveïdors homologats**, que ajudi als artesans en la decisió de subcontractar algunes tasques.
- Elaborar un **llistat de formacions i programes** en els quals els artesans es puguin apuntar per tal de millorar els seus coneixements pel que fa a criteris de selecció de proveïdors externs.
- Incorporar els llistats a la **intranet** de la FAAOC.

Temporalitat:

- 2021: Actualitzar la BBDD de centres de proveïdors, formacions i programes.
- 2022: Posar a la intranet la relació de proveïdors homologats i programes.

Indicadors: Llistat de proveïdors, actualització de la intranet.



Projectes proposats:

B) Impuls d'un canvi cultural en la gestió del negoci artesà:

- Realitzar sessions de ***coaching i mentoring*** per prendre consciència de la realitat en la qual se situen i de les accions que cal realitzar per assolir els objectius proposats.
- Assessorar a les **associacions** realitzant una **formació inicial** en el moment d'incorporació a la FAAOC.

Temporalitat:

- 2021: Realitzar el plantejament de la formació inicial per les associacions i iniciar les accions de *coaching i mentoring* tant a les empreses artesanes com als socis de la FAAOC.
- 2022: Completar la formació inicial per a les noves incorporacions a membres de la FAAOC i, addicionalment, penjar els mòduls de formació inicial a la intranet.
- 2023: Consolidar el servei de *coaching i mentoring*.

Indicadors: Sessions de *coaching i mentoring* realitzades, calendari de sessions de *mentoring i coaching* amb accés des de la intranet pels socis de la FAAOC.

Projectes proposats:

C) Creació d'un itinerari personalitzat a les empreses artesanes:

- **Adaptar la formació** a cada una de les empreses artesanes en funció de les seves necessitats i la seva situació.
- Treballar de forma intensiva les **competències en vendes i comunicació**: tècniques de vendes, experiència de compra, com obrir una línia de negoci, pla de comunicació, imatge de marca...
- Impulsar habilitats relacionades amb les **noves tecnologies** i la **digitalització**.

Temporalitat:

- 2021: Concretar els itineraris formatius,
- 2022-2023: Buscar els recursos per poder oferir els itineraris formatius i penjar-los a la intranet amb accés als socis.

Indicadors: Nombre de formacions realitzades, itineraris formatius generats.



Projectes proposats:

D) Enfortir la transmissió de coneixement dels oficis artesans:

- Realitzar un **programa de formació d'oficis de valor** adaptat als diferents nivells de formació.
- Crear un **programa de formació bàsic d'oficis artesans** per oferir mitjançant la WEB o presencialment, dirigit tant al client final, com a centres formatius o dinamitzadors d'actes.
- Reprendre les relacions amb l'escola la **Massana** i **Elisava**.



Temporalitat:

- 2021: Plantejament del programari bàsic d'oficis artesans.
- 2022: Reprendre les relacions amb l'escola la Massana i Elisava.
- 2022-2023: Desenvolupar i divulgar els programes de formació d'oficis artesans amb els seus preus.

Indicadors: Nombre de formacions realitzades, itineraris formatius generats i revisió del projecte de professionalització dels oficis artesans que es va elaborar el 2014.

Comunicació

Objectiu

Impulsar la **FAAOC** com a **agent dinamitzador** dels gremis i les associacions, **afavorint la innovació i l'adaptació** del sector, així com del mercat finalista o potencial.

Components actuals

Aina Marcobal, Julián Sañudo, David Hierro.

Descripció de l'àmbit

Una **bona comunicació**, tant **interna com externa**, permet tant consolidar els clients actuals com incrementar l'àmbit d'actuació i de repercussió.

És per això que la **FAAOC** marca la comunicació com una de les àrees principals sobre les quals actuar per tal d'**augmentar la repercussió** que s'aconsegueix de les activitats realitzades i impulsades, ja sigui dins de la seva mateixa estructura com també fora d'ella.

Projectes proposats:

A) Identificació dels Grups d'Interès de cada empresa o associació:

- **Identificar, conèixer i anomenar els Grups d'Interès** sobre els quals té afectació recíproca la FAOOC.
- Adaptar el **Pla de Comunicació** a cada Grup d'Interès identificat.

Temporalitat:

- 2021: Identificar i concretar els Grups d'Interès
- 2022 - 2023: Concretar el Pla de Comunicació per cada Grup d'Interès.

Indicadors: Disponibilitat del llistat de Grups d'Interès, així com del Pla de Comunicació de cada grup d'interès.



Projectes proposats:

B) Comunicació Interna:

- Crear **comunitat**.
- Identificar la **Missió, Visió i Valors** de l'entitat amb els personals.
- **Valorar la tasca individual i cooperativa** per un objectiu comú.
- **Facilitar la coordinació** i el dia a dia de les tasques.
- **Concretar processos** per garantir la comunicació entre: Membres de la Junta, Junta i associats, Comissions i Junta, i entre els associats.

Temporalitat:

- 2021: Crear els 4 processos de Comunicació Interna especificant-ne els canals i eines.
- 2022: Revisar si els processos són efectius i corregir-los si convé.

Indicadors: Creació dels 4 processos de Comunicació Interna.



Projectes proposats:

C) Relat de Marca (Storytelling):

Una **història inspiradora** sobre la creació de la FAAOC i els seus objectius, i que respongui a:

- Consumidor final: què sento quan consumeix artesanía?
- Artesà: què sento quan formo part de FAAOC?
- Institucions: què guanyo / aconseguixo col·laborant amb la FAAOC?
- Què és ARTESANIA? cultura, tradició, cooperació, sostenibilitat...

Temporalitat:

- 2021: Disposar de l'Storytelling.
- 2022: Revisar l'Storytelling, per tal d'actualitzar-lo, si es correspon, segons grups d'interès i l'entorn.
- 2023: Creació de material gràfic inspirador que potenciï l'arribada de missatge de l'storytelling.

Indicadors: Disponibilitat de l'Storytelling i del material gràfic.



Projectes proposats:

D) Marca:

S'opta per **mantenir el nom** de la marca FAAOC, però es proposa estudiar l'actualització de la imatge, Es podria aplicar a tots els futurs projectes i s'evitaria despeses addicionals futures d'adaptació a la nova imatge Requeriria una inversió d'aproximadament 2.000 euros.

En el cas de productes o serveis adreçats a **B2B o B2C**, es proposa fer una **marca pròpia** inspirada amb la marca FAAOC.

Temporalitat:

- 2021: Decidir si es fa el canvi de marca.
- 2022: Executar el canvi de marca.

Indicadors: Disposar del manual corporatiu, així com de totes les aplicacions completes.

Projectes proposats:

E) Gestor:

Molts temes de comunicació requereixen una **persona professional** que hi tingui una dedicació continuada per garantir-ne l'eficiència i eficàcia.

Una de les tasques més destacables que haurà de realitzar el professional assignat és garantir l'Omnicanalitat de les comunicacions.

Temporalitat:

- 2021: Decidir les funcions de comunicació del Gestor i dels membres de la comissió.

Indicadors: Document amb les tasques i responsabilitats del gestor.

Projectes proposats:

F) Web:

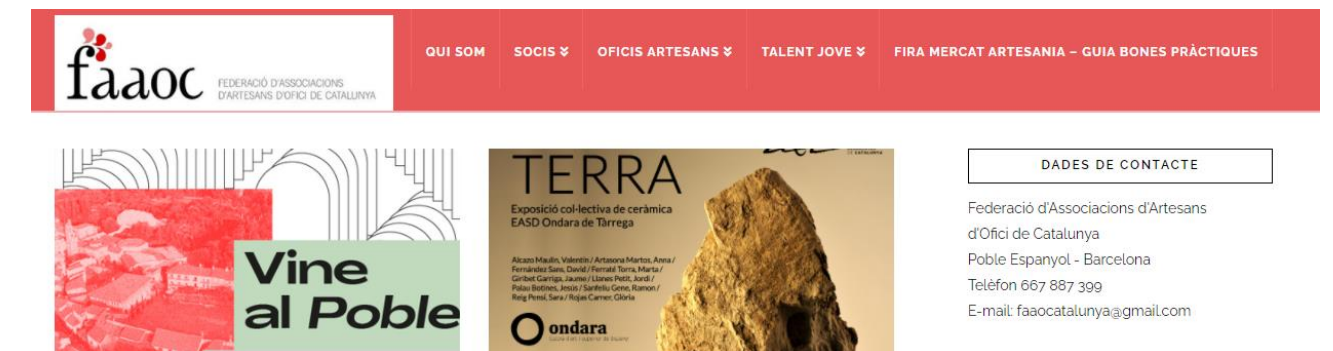
El lloc web és el **principal canal de comunicació externa** de la FAAOC. Resulta de gran importància revisar-ne la seva l'estructura i contingut, per assegurar que dongui resposta a les necessitats d'informació dels principals grups d'interès.

Addicionalment, també caldrà concretar el contingut i l'estructura d'una intranet pels socis.

Temporalitat:

- 2021: Crear la intranet.
- 2022: Repassar el disseny del web i plantejar el *marketplace*.

Indicadors: Tenir la intranet activada, adaptació del web als canvis.



Projectes proposats:

G) Blog:

Eina de **comunicació externa i interna**, que permet informar a públics diversos i també **posicionar el web**.

La **informació** publicada al blog s'obtindria de les **Comissions** i de les **entitats sòcies**, mitjançant uns **processos generats**.

Addicionalment, cal concretar altres aspectes del blog, com la seva estètica, el to, el calendari de publicacions, p les seves categories i etiquetes.

Temporalitat:

- 2021: Repassar el format post del blog, Establir formularis per rebre informació des de les Comissions i Socis.

Indicadors: Nombre de publicacions al blog segons període temporal i segons categories.

Projectes proposats:

H) Newsletter:

A **partir dels post publicats al blog**, es genera un newsletter per enviar via correu electrònic a tots els socis de la **FAOOC** de manera periòdica. Aquesta és una eina útil d'informació i per tal **generar un major volum de trànsit al web**.

Temporalitat:

- 2021: Concretar el format i l'operativitat de la creació.
- 2022: Revisar l'efectivitat i operativitat del sistema de generació de la newsletter.

Indicadors: Disponibilitat de la newsletter, número d'obertures, número de clics al web.

Projectes proposats:

I) Xarxes socials:

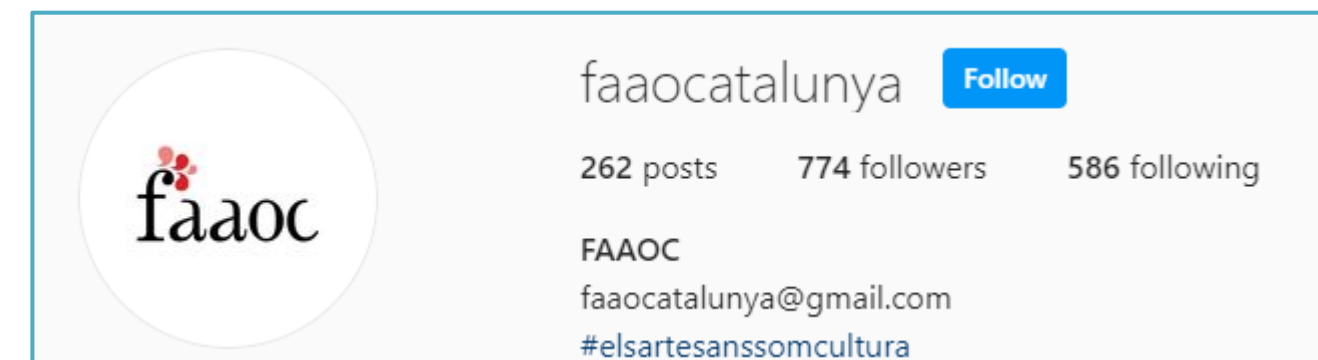
Són un **canal dinàmic de comunicació**. Per tal de que siguin beneficioses, cal alimentar-les i contestar les interaccions dels seguidors.

Si finalment es decideix crear una nova marca per a anar al client final (B2B o B2C), caldrà crear nous perfils per secundar amb les xarxes socials l'estratègia de marca.

Temporalitat:

- 2021: Concretar calendari de publicació i processos de creació de contingut.
- 2022: Revisar l'impacte aconseguit mitjançant les xarxes socials i valorar possibles mesures de correcció o millores.

Indicadors: Número de publicacions i Reaccions generades..



Projectes proposats:

J) Comercialització:

La Comissió de Comunicació pot **donar suport a la Comissió de Comercialització** a l'hora de definir els productes de mercats efímers i itinerants i el *marketplace* arribar el client final (B2B i B2C).

Temporalitat:

- 2021: Un cop dissenyat el producte, generar el pack de servei de comunicació en el propi producte i l'estratègia de comercialització del producte en sí.
- 2022: Revisar el pack de servei de comunicació per si són necessàries actualitzacions o millores.

Indicadors: Disponibilitat del Pack de Servei de Comunicació del producte i estratègia de comunicació per la seva comercialització.

Projectes proposats:

K) Representativitat:

La Comissió de Comunicació pot **donar suport a la Comissió Representativitat** tant a l'hora d'elaborar els seus productes, com a l'hora de redactar i dissenyar el mailing i dossier de presentació de l'entitat.

Temporalitat: En el moment en que ho marqui la Comissió de Relacions Institucionals.

Indicadors: Disponibilitat del mailing i dossier de presentació, entre d'altres.



Moltes gràcies