

ANNEX

L'EMPRENEDORIA I LA MARCA PERSONAL COM A ESTRATÈGIA
D'AUTO-OCUPACIÓ PER A GRADUATS DE PUBLICITAT I RRPP.



TREBALL FINAL DE GRAU
Autora: Meritxell Rabionet Frigola
Tutor: Dr. Manuel Alcalà Vilavella

Grau en publicitat i RRPP
Facultat de turisme
Curs 2022-2023

ÍNDIX DE CONTINGUTS

ANNEX 1: ENTREVISTES TRANSCRITES	4
1.1 RAQUEL ROCA	5
1.2 GENI RAMOS	6
1.3 MIQUEL PINO	7
1.4 AURA SANCHEZ	9
1.5 AURA URBANO	10
1.6 MARTA GALLEGO	11
1.7 MARC BALLVER	12
1.8 JAUME VILA	13
1.9 MARTA LLUNELL	14
ANNEX 2: ANÀLISIS DE LES ENQUESTES	16
2.1 MOSTRA DE L'ENQUESTA	17
2.2 RESULTATS DE L'ENQUESTA	18
ANNEX 3: GUIA DE L'EMPREDOR	22
3.1. ESCALA DE VALOR	23
3.2 PLANTILLES "BUYER PERSONA"	23
3.3 IMATGES PLANTILLA MOODBOARD	24
ANNEX 4: CREACIÓ DE LA MARCA PERSONAL TXELL RABIONET	25
4.1. "BUYER PERSONA" TXELL RABIONET	28
4.2 TIPOGRAFIES MARCA TXELL RABIONET	32
4.3 PERFIL INSTAGRAM TXELL RABIONET	32

ÍNDIX DE GRÀFICS

Gràfic 1: Curs que estant cursant els enquestats.....	18
Gràfic 2: sexe dels enquestats.	19
Gràfic 3: Et plantejges emprendre un cop acabis la universitat?	19
Gràfic 4: Per què no?	19
Gràfic 5: Sabries per on començar el teu projecte?	20
Gràfic 6: Emprendries sota la teva marca personal?	20
Gràfic 7: 3 característiques d'una persona emprenedora.	21

ÍNDEX IL·LUSTRACIONS

II·lustració 1: escala de valor	22
II·lustració 2: plantilla moodboard	23
II·lustració 3: imatge plantilla per treballar elements de marca.....	23
II·lustració 4: plantilla 2 per treballar els elements de marca.....	24
III·lustració 5: pestanya despeses planificació anual.....	28
II·lustració 6: planificació anual.	28
II·lustració 7: tipografies de marca.....	322
II·lustració 8: perfil Instagram Txell Rabionet.....	322
III·lustració 9: mostra publicació format frase.	32
II·lustració 10: mostra publicació format foto.	32
II·lustració 11: publicacióInstagram format carrusel.....	33
II·lustració 12: pàgina sobre mi de la web txellrabionet.com	34
II·lustració 13: pàgina blog de la web txellrabionet.com	35
II·lustració 14: pàgina de contacte de la web txellrabionet.com.....	37
II·lustració 15: targeta de visita Txell Rabionet.....	37

ANNEX 1: ENTREVISTES TRANSCRITES

A continuació es troben transcrites les nou entrevistes realitzades a 3 mentors de negoci, 3 professionals especialitzats en marca personal i 3 exalumnes del grau de Publicitat i RRPP que han creat un projecte propi.

Aquestes entrevistes han estat realitzades segons la preferència dels professionals: presencialment, via telefònica o bé via Google Meet.

El resultat d'aquestes entrevistes a permès crear una guia de l'emprenedor al mateix temps que ha permès recollir consells per desenvolupar el projecte propi de marca personal; Txell Rabionet.

1.1 RAQUEL ROCA

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

No hi ha un moment concret en el que diguis:estic a punt. De fet, si esperes aquest moment no començaràs mai. Controles una cosa amb la que creus que pots ajudar els altres? Doncs ja pots començar. És i, és igual l'edat, el moment, l'experiència, simplement comença.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

Ho recomano sempre, a tots els incís d'algú que ofereix serveis. Tot és més senzill: pensar el nom de marca, decidir què fas, els teus valors, comunicar, connectar amb el client, vendre...absolutament tot.

Cita els beneficis de treballar una marca personal.

N'hi ha molts, però per mencionar-ne algun, es simplifica la tasca de generar confiança i connectar amb les persones. Per mi això és una de les coses més importants quan es comença.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Tenir una idea està molt bé, tenir ganes i il·lusió també. Però estudia la viabilitat del projecte per no enganxar-te els dits. Pensa: hi ha gent que pugui està interessada en allò que vull oferir? Si la resposta és si, pensa com ho oferiràs, a quin preu i... com aniràs a buscar clients. Quan tinguis això més o menys clar, posa't en marxa.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

Sense cap mena de dubte, el branding. T'han de reconèixer i identificar.

Com treballaries aquests elements?

Treballant els colors de marca, el logotip, la tipografia. Tots els elements visuals que necessites a l'hora de comunicar.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Comunicar incansablement. Presenta allò que fas amb diferents missatges i formats. Avui en dia això és més senzill de fer a través de les xarxes socials. Fotos, vídeos, infografies, podcasts...

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Acostumem a ser persones persistents, amb una bona dosis de valentia i un grau inconformistes.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Que aprofitin l'energia de la joventut per contrarestar les mancances de l'experiència professional. Que treballi de forma incansable i que no tingui por a res. També que escolti a aquells que ja han passat per allò que ells volen fer.

1.2 GENI RAMOS

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

Jo vaig començar amb 24 anys i les coses m'estan anant bé. Vol dir que aquesta és l'edat en què estàs preparat? No. No hi ha un moment perfecte. Un estudiant ha d'emprendre quan es senti preparat per fer-ho i quan tingui què oferir als altres.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

En tots, al final encara que et posis sota una marca comercial, a darrera sempre hi ha una marca personal que cal treballar. Jo vaig començar amb una marca comercial perquè pensava que et feia més important, poc a poc vaig anar donant més pes a la marca personal, perquè la gent no es sabia el nom de la meva empresa, es sabia el meu nom.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

Et simplifica la vida. Si treballes una marca personal sempre estaràs en sintonia amb qui ets i que fas. Això sí, sempre que treballis amb naturalitat, humilitat i transparència. Sigues sempre sincer amb tu mateix.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Si em coneixes bé sabràs que sóc una fanàtica de treballar de forma estratègia. Sempre recomano treballar la teva proposta de valor i un cop la tens clara evoluciona-la fins a tenir una escala de valor dels teus serveis.

Amb això no n'hi ha prou, no et pots oblidar de la part econòmica. Planifica la part financera i a partir d'aquí dona forma al projecte.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

L'autenticitat i la transparència de mostrar-te tal com ets.

Com treballaries aquests elements?

Construint una identitat verbal pròpia, utilitzant el teu vocabulari i utilitzant de forma freqüent alguna expressió o paraula que t'identifiqui.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Et podria dir allò típic de crear contingut a xarxes socials però aniré un pas més enllà i diria que busquessis diferents altaveus on difondre el teu missatge. Pots fer-ho creant col·laboracions amb altres professionals i amplificar d'aquesta manera el teu abast a un públic objectiu.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Ha de ser creativa, en el sentit d'innovar amb les solucions que presenta, ser original amb el missatge...no només amb l'aspecte creativitiat en la part visual. Ha de tenir empena per tirar endavant les coses i ser molt disciplinada per seguir endavant i treballant quan les coses no van bé o no en tens tantes ganes. Sinó l'èxit és impossible d'aconseguir.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Molta gent comença a treballar sense dedicar temps a la part econòmica del projecte, per mi és la més important. No vivim de l'aire i hem de facturar per poder sobreviure. [en aquest punt em parla de la seva plantilla de planificació anual, m'hi dona accés i m'explica com aplicar-la]

1.3 MIQUEL PINO

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

Quan senti que és el seu moment, hi ha gent que amb 14 anys ja és sent preparada per ajudar els altres. Ja a l'adolescència pots començar a fer coses ajudant als altres encara que no es sigui un expert.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

En els inicis aposta per una marca personal, quan creixis i tinguis equip pots fer el salt a la marca comercial. Però la personal seguirà existint.

Quan comences es el moment que has de generar confiança amb els teus potencials clients i una manera ràpida de connectar és anar d'humà a humà de persona a persona i això permet fer-ho la marca personal.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

La marca personal omple molt a la persona quan treballa des del cor. T'ajuda a connectar amb els altres i amb tu mateix, els teus nivells d'autoestima s'elevan veient com fas una cosa que t'agrada. Veuràs brillar els ulls dels teus clients, i això és una satisfacció bestial,. Si ho fas amb humilitat és bo ser cncient que estàs fent el bé per un altre.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Molt fàcil! Primer de tot, tenir molt clar què pots aportar. Després fes un pla econòmic, perquè sí, has de guanyar diners. És necessari fer una estimació d'ingressos, despeses i quins beneficis esperes tenir. Si fas aquest treball previ t'estalviaràs errors, optimitzaràs les decisions, i milloraràs mes a mes.

Per fer això es possible que l'emprenedor no sàpiga fer-ho, necessita formació.

També és important escriure-ho tot. Tot el que tens al cap aterra-ho i aniràs dibuixant un pla de negoci. Quan escrius, alliberes el teu icloud personal i ho passes tot en un usb guanyant claredat i capacitat de pensament.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

Els valors, el coneixement i una metodologia de treball pròpia.

La part dels valors del tipus professionalitat, disciplina, esforç, responsabilitat, empatia, treball en equip.

La metodologia és important per crear un adn i una identitat pròpia.

Com treballaries aquests elements?

Sistematitzant processos, coneixent molt bé que necessita el meu client.

Saber com és, que fa, com es la seva vida professional, personal, que sent, com actua, que llegeix, si fa esport, si busca equilibri personal-professional, si té família, si inverteix en formació.....

Has d'escriure, implementar, millorar, exercitar. És la manera de consolidar una marca personal de qualitat. Que la gent s'enamori del sistema que has muntat.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Si tu ets molt bo però la gent no ho sap no serveix de res, la gent t'ha de coneixer i perquè la gent et conegui has d'anar a llocs on et vegi la gent. si la teva gen és el mercat del poble hi has d'anar, si estàs a internet has de ser allà i has d'escollir la xarxa social que més et convé. Una bona forma de guanyar visibilitat a les xarxes és utilitzant les xarxes socials per donar-te a conèixer de veritat i no amb l'únic objectiu de vendre.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Te'n diré quatre: perseverança, responsabilitat, empatia i disciplina.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Pensa-t'ho però tira endavant, tens por, camina sobre la por, tira endavant. EL camí de l'emprenedor és una muntanya russa però si t'agrada el lifestyle gaudiràs com un camell. Forma't i tira milles.

1.4 AURA SANCHEZ

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

Mai estàs preparat, és el voler-ho fer el que t'empeny endavant. Has de saltar i quan estiguis a l'aire aprendràs a volar per no caure.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

Quan sents que hi ha alguna cosa dins teu que et fa diferent, que t'impulsa a fer les coses diferents, quan tens ganes de fer el teu propi camí.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

La marca personal empodera la teva història, empodera el que et fa connectar. Una marca comercial funcionava fa un temps, a dia d'avui la gent necessita la persona que hi ha darrera d'una marca així que en tot cas empodera primer la marca personal i després desenvolupa la marca comercial.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

És imprescindible haver treballat la proposta de valor: a qui vols ajudar, perquè ho vols fer i com ho faràs. Sinó tens clar això no pots fer cap més pas per dibuixar la resta del camí.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

Marca personal per mi és diferenciació. Centrar-me en qui sóc en essència i com puc transformar això que em fa ser qui sóc, que em fa ser diferent en un servei.

I per la meva professió haig de dir que també és importantíssim treballar la identitat gràfica, que parli de l'experiència, del que saps fer. Dins la part gràfica i incloc també la comunicació.

Com treballaries aquests elements?

Treballant un moodboard que recollir la teva essència. On a través d'imatges es vegin colors que t'agradien, formes que t'agradien, frases que i paraules que t'agradien, aficions, viatges, que defineixin el teu client, etc. Així és com ho faig amb els meus clients, és molt visual i inspiracional, és un moment d'introspecció.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Ser pesat, fins que la gent sàpiga de memòria allò que fas. Insistir perquè el missatge es quedi a la ment del teu client.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Una persona emprenedora és somiadora, valenta i creativa.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Li diria que és extremadament gratificant sentir que pots ajudar. Quan crees una marca personal te n'adones que no fa falta ser perfecte per ajudar.

1.5 AURA URBANO

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

Quan domina una habilitat que pot oferir com a servei. Hi ha assignatures pràctiques en les que t'ensenyen a fer coses, practica i monetitza-ho en forma de servei.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

Ho recomano sempre en tots els casos. És la manera més fàcil de transmetre qui ets i què fas. De mostrar-te, com treballes, què ofereixes, la teva manera de parlar, etc. Tot això ajudarà que et puguis posicionar. S'associa la teva persona al teu negoci. Més endavant pots crear una marca pròpia corporativa però sempre s'associarà a tu com a persona.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

Et posicionen més ràpid i és més senzill connectar i interactuar amb altres persones. No ets un logotip, ets una persona i a la gent li arada connectar amb les persones.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

És imprescindible haver treballat la proposta de valor: a qui vols ajudar, perquè ho vols fer i com ho faràs. Una mica el que vindria a ser la missió, visió i valors de la marca.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

La diferenciació, només treballant això ja pots obtenir grans resultats. La identitat gràfica, un element clau per generar marca.

Com treballaries aquests elements?

Amb DAFOS i dinàmiques de brainstorming.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Insistir perquè el missatge es quedi a la ment del teu clients. Insistir per diferents canals, i de forma constant. La constància també et farà tenir bons resultats a les xarxes socials.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

És una persona persistent, organitzada i amb valentia per fer que les coses passin.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Comença a treballar la teva marca personal el més aviat possible i un cop fet assessora't o estudia temes de màrqueting digital per escalar més ràpid.

1.6 MARTA GALLEGO

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

No cal esperar a haver acabat la carrera, pots posar en pràctica algunes de les coses apreses en una assignatura. Practica i ofereix el servei.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

En els inicis, perquè segurament aniràs evolucionant la idea que tenies inicialment, així que abans de saltar a una marca comercial i fer l'esforç de crear-la i posicionar-la és millor experimentar i veure cap on vas des d'un punt de vista més personal.

Cita els beneficis de treballar una marca personal.

Ja tens uns trets identitaris creats, només cal identificar-los i plasmar-los en el teu branding. Tu ja tens un nom, ja tens uns valors, ja tens una manera de fer...

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Que treballaràs la proposta de valor és evident, però no t'oblidis de treballar com la comunicaràs. Treballa la teva identitat verbal i visual, una no funciona sense l'altra.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

El logotip. És la representació gràfica del que ets. Per mi és l'element visual més important.

Com treballaries aquests elements?

A través de processos creatius, com el moodboard, brainstorming, creant taulells a Pinterest, i jugant fins a obtenir un resultat que t'agradi i amb el que et sentis identificat.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Crear elements físics amb el teu logotip, fer marca. Camisetes, targetes de visita, logotip a la paret de l'oficina...no estancar-nos només en el món online.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprendora

És una persona autònoma, persistent i amb molta valentia per tirar endavant sense tenir por a les adversitats.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Molta gent et dirà que no ho facis, seran aquells que no s'han atrevit a fer-ho. No els escoltis i posa sempre en perspectiva allò que diuen els altres. Quan dubtis escolta't a tu mateix i si les ganes i l'empenta de tirar endavant hi són, crea un pla per fer-ho.

1.7 MARC BALLVER

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

En el moment en el què et sents preparat mentalment, perquè habilitats avui en dia els estudiants ja en tenen, com a mínim les tecnològiques. De fet jo m'he trobat a emprendors que ni tan sols han passat per la universitat, però son uns cracks de gravar amb drons, d'editar vídeos... s'han híper-especialitzat practicant, mirant vídeos per internet i s'han fet un lloc. Tot i això la universitat et dona unes bases importants, muntar una empresa no és només saber fer una cosa, però és un bon inici per arrancar.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

Persones que venen a persones, la marca personal no es pot ometre mai. Encara que facis una marca comercial, es sabrà qui hi ha al darrera. Jo treballo amb una marca comercial, però sé la influència que té i la importància de treballar la meva marca personal, això m'ajuda a tancar molts tractes.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

Crearàs una marca amb essència de forma més ràpida. Has de traslladar aspectes del "jo" personal al "jo" professional.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Tingues clar a qui vols ajudar, treballa una manera de fer-ho saber al món. Crea un pla per arribar allà on vols.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

La comunicació. Sinó comuniqués, sinó et veuen, no et coneixen. I si no et coneixen és

com si no existissis.

Com treballaries aquests elements?

Sense cap mena de dubte; treballant les xarxes socials. Avui en dia ho son pràcticament tot.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Semblaré pesat parlant de comunicar, però per guanyar visibilitat publica de forma constant sense parar.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Creativitat, persistència i resiliència.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Fes-ho, què és el pitjor que pot passar? Ara és el moment, sempre serà a temps d'anar a treballar per un altre. Si no funciona, no sentis fracàs. Hauràs viscut un creixement professional increïble i pots tornar-ho a intentar.

1.8 JAUME VILA

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

Quan és sent còmode amb una habilitat, per exemple, editant vídeos. Perfecciona l'habilitat i ja tindràs una àrea en la què sentir-te expert.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

Sempre, excepte si tens por a exposar-te. Pots arrancar amb una marca comercial, però et serà més difícil obtenir resultats o que la gent es quedi amb el teu nom.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

Ja tindràs la confiança guanyada i el posicionament creat d'aquells que ja et coneixen. Et serà més senzill tancar primeres vendes entre coneguts o amics de coneguts. I a partir d'aquí començaran les referències, que sempre és la millor carta de presentació. Avui en dia és el que funciona, inclús confiem amb les referències de desconeguts, o no t'ha passat mai a l'hora de tirar l'hotel de les vacances?

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Baixar a terra les teves idees i convertir-les en idees que es puguin comercialitzar: servei que oferiràs, com l'oferiràs, què solucionaràs. Treballa també com entregaràs el servei.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

El reconeixement i la comunitat. Sense aquests elements no hi ha marca. En el sentit que una marca que no és identificada o que no és l'escollida per un grup de persones és una marca estèril per molt que tingui un logotip, uns colors, etc.

Com treballaries aquests elements?

Treballant la visibilitat en els mitjans digitals i creant contingut per fidelitzar. D'aquesta manera emets impactes i generes connexions.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

Més enllà de les xarxes socials també és bo treballar el SEO amb articles de blog a la teva pàgina web.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Il·lusió, valentia i disciplina.

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

No serà fàcil, però valdrà la pena sempre i quan ho facis perquè vols i no per necessitat.

1.9 MARTA LLUNELL

En quin moment creus que un estudiant està preparat per començar a oferir serveis?

El moment en el que tens un somni, il·lusió. quan et pares a pensar què és el que pots oferir a la resta.

En quins casos recomanaries emprendre sota una marca personal i perquè?

S'ha d'emprendre sota una marca personal quan tens una ambició de voler fer una cosa diferent i aportar quelcom diferent a la societat.

Cita els beneficis de treballar una marca personal

La llibertat aplicar el teu criteri propi. Pots rectificar en qualsevol moment perquè la marca l'has creat tu i ets tu. Pots experimentar i jugar. La pots dotar d'una gran personalitat aportant el teu toc.

Com a professional, quins són els passos a seguir abans d'iniciar un projecte?

Primer de tot analitzar la competència. Segon, la planificació. Vull arribar aquí, doncs

pensar quins passos em fan falta per arribar-hi.

Quins són els elements principals que s'han de treballar en una marca personal?

Els color corporatius, el logotip, l'eslògan. Tenir una coherència visual per connectar amb el públic, personal bràndig.

Com treballaries aquests elements?

Treballar amb "moodboards" i a partir d'aquí desenvolupar. Els moodboards es poden aplicar a pràcticament tots els processos creatius.

Quina estratègia recomanaries seguir per guanyar visibilitat?

El que més t'ajudarà és està a xarxes socials. Generar contingut.

Cita 3 qualitats que hagi de tenir una persona emprenedora

Creativa – perfeccionista - organitzada

Per últim, quin consell donaries a un estudiant que està pensant en emprendre com a sortida laboral?

Equivocar-se forma part del camí, cal ser exigents però d'una manera moderada. Calma que tot arriba. No vulguis tenir-ho fet tot per ahir. Roma no es va construir en dos dies.

ANNEX 2: ANÀLISIS DE LES ENQUESTES

Les enquestes, pertanyents a l'anàlisi quantitatiu, han estat respostes per un total de 50 estudiants que es troben cursant tercer o quart del grau de Publicitat i RRPP a La universitat de Girona.

A continuació, s'exposen les preguntes de l'enquesta analitzades una per una.

2.1 MOSTRA DE L'ENQUESTA

El 53% dels graduats universitaris espanyols no troba feina el primer any després de graduar-se i el 27,7% encara no estan treballant quatre anys després. Dels que sí troben feina un 37% ho fan en feines no qualificades, en les que no es requereix titulació.

Davant d'aquest panorama l'emprenedoria es presenta com una via per fer-se un lloc en el mercat laboral

. Segons les dades de l'informe Guesss Espanya més del 20% dels estudiants tenien intenció d'emprendre a mig o curt termini.

I tu, et plantejes aquesta opció?

1. Quin curs estàs cursant?
 - 3r
 - 4t

2. Amb quin gènere t'identifiques:
 - Masculí
 - Femení
 - No binari
 - Bi-gènere
 - Prefereixo no contestar

3. Et plantejes emprendre un cop acabis la universitat?
 - Sí (continua a la pregunta 5)
 - No (respon la pregunta 4)
 - Ara no, però en un futur no ho descarto (continua a la pregunta 5)

4. Perquè no? (respon només si a. l'anterior pregunta has contestat NO)
 - Prefereixo treballar per compte aliè.
 - No em veig preparat per fer-ho.
 - Una altra...

5. Sabries per on començar el teu projecte personal?
 - Sí, ho tinc clar.
 - No, necessito informar-me.

6. Emprendries sota la teva marca personal?
 - Sí, ho feria amb el meu nom.

- No ho sé, no ho tinc clar.
- No, buscara un nom comercial.
- Una altra...

7. Quins creus que son els principals avantatges d'una marca personal?

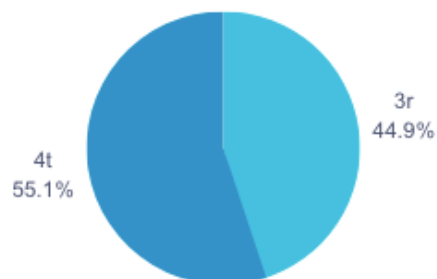
Resposta curta on l'enquestat pot escriure.

8. Escull les 3 característiques més importants que creus que té una persona emprenedora.

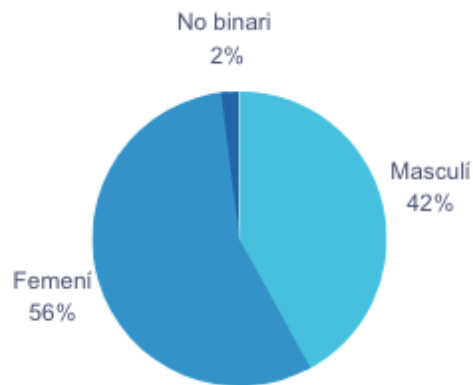
- Il·lusió
- Perseverança
- Pro-activitat
- Motivació
- Persistència
- Habilitats comunicatives
- Empatia
- Organització
- Iniciativa
- Visió
- Optimisme
- Passió
- Ambició
- Creativitat
- Afegir una opció

2.2 RESULTATS DE L'ENQUESTA

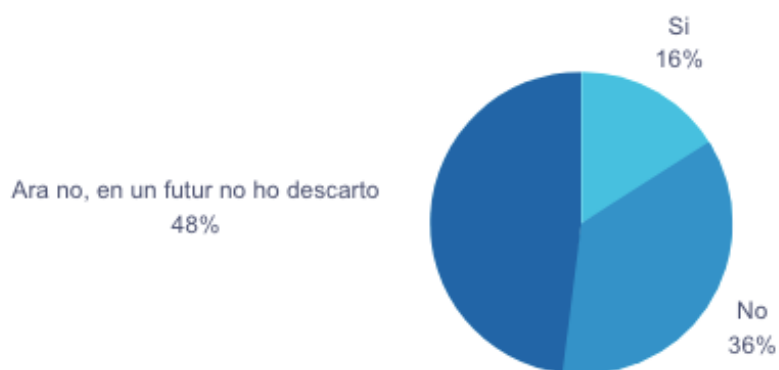
Gràfic 1: Curs que estant cursant els enquestats. **Font:** elaboració pròpia.



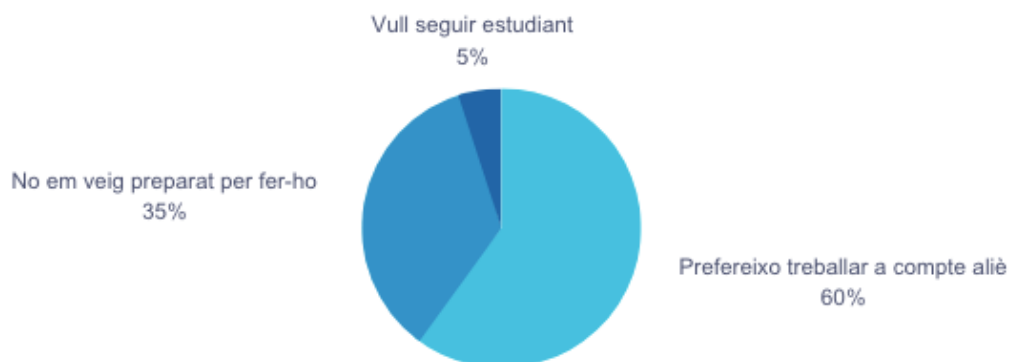
Gràfic 2: sexe dels enquestats. **Font:** elaboració pròpia.



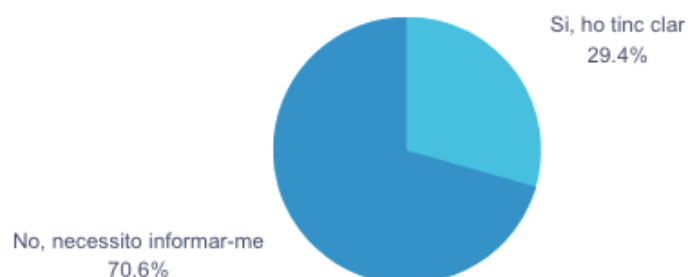
Gràfic 3: Et plantejes emprendre un cop acabis la universitat? **Font:** elaboració pròpia.



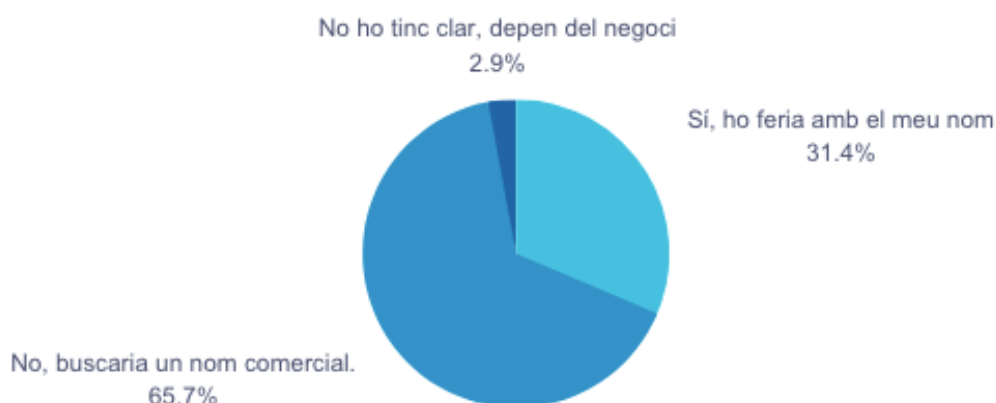
Gràfic 4: Per què no? **Font:** elaboració pròpia.



Gràfic 5: Sabries per on començar el teu projecte? **Font:** elaboració pròpia.



Gràfic 6: Emprendries sota la teva marca personal? **Font:** elaboració pròpia.

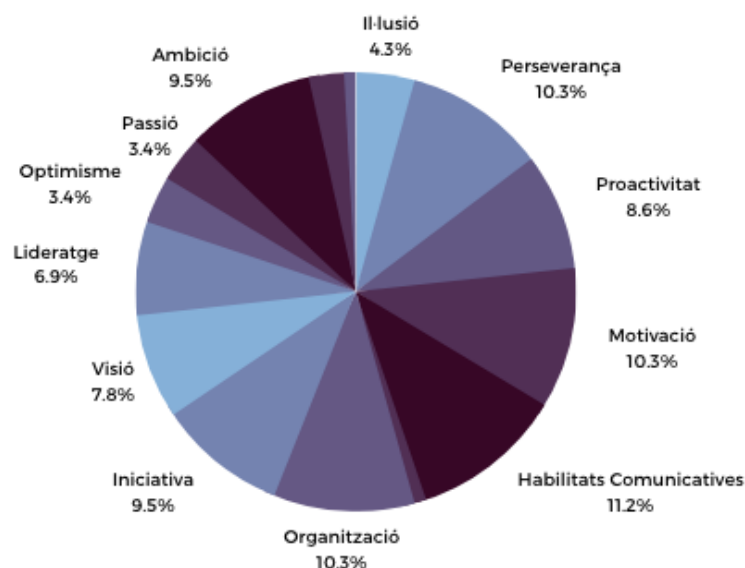


6. Principals avantatges d'una marca personal

- Connectar de forma més fàcil amb les persones
- Doncs crear un producte amb identitat. I figuro que la confiança del públic al veure un projecte amb noms i cognoms. I no sota noms inventats
- Relació directe de la marca personals (valors) amb el producte i empresa que vens
- és més barat donar-se d'alta com a autònom que com a SL
- Les ganes i il·lusió de llançar-la
- Autenticitat i personalització
- La pots fer créixer des dels teus valors i seguint els teus somnis. Pots prendre el control de les decisions i arriscar.
- Més fàcil que et referenciïn
- Més fàcil que confiïn
- La teva personalitat es trasllada a la de l'empresa

- Tu ets la imatge de la marca
- Posicionar-se més ràpid
- El teu nom, tu, ets únic
- Explicar els teus valors de marca és fàcil , perquè son els teus valors personals
- Unificació de la identitat
- Que la marca a part de nom i cognoms té una cara visible darrere
- No crec que tingui gaire avantatges més enllà de que seràs conegut com a persona i pots lucrar-te de la teva vida privada.
- la gent es pot identificar amb tu, o almenys amb els valors que tu vulguis mostrar. a part, sempre la portes amb tu. pots obrir múltiples negocis o canvis de negocis sota el teu nom i (si tens èxit) tots s'emparen d'això
- La credibilitat i proximitat
- Pots donar un to més proper, amb el que la gent s'identifiqui
- Horari propi Ets el teu cap.
- És més fàcil crear el brànding
- Doncs a nivell d'identitat. De bones a primeres el posar el meu nom al meu producte i servei el fa que sigui únic.
- Confiança, diferenciació
- Tu sents més teu i t'impliques més.
- Més fàcil que et reconequin.
- Pots connectar millor amb la gent perquè a Instagram també pots ensenyar alguna part més personal.

Gràfic 7: 3 característiques d'una persona emprenedora. **Font:** elaboració pròpia.

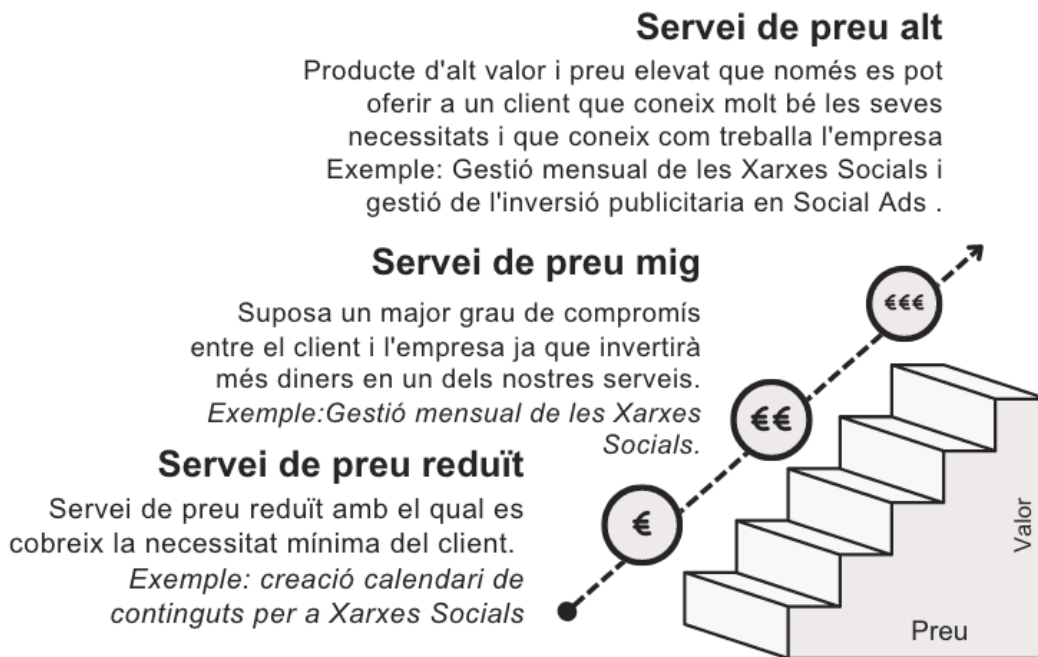


ANNEX 3: GUIA DE L'EMPREDOR

En el transcurs de l'elaboració de la guia de l'emprenedor es mostren diferents il·lustracions i es mencionen recursos que es poden trobar a la xarxa i que es comparteixen en aquest annex per a ser consultats si així es desitja.

3.1. ESCALA DE VALOR

Il·lustració 1: escala de valor. Font: elaboració pròpia.



3.2 PLANTILLES “BUYER PERSONA”

Si no es vol treballar una plantilla de “buyer persona” des de zero, podem utilitzar alguns dels recursos que ens ofereixen eines digitals del mercat amb reputació i experiència com les següents:

- Plantilla de Semrush: <https://es.semrush.com/persona/>
- Plantilla de Hubspot: <https://www.hubspot.es/make-my-persona>
- Plantilla de Edit.org: <https://edit.org/edit/all/2zk9nzsnh>

3.3 IMATGES PLANTILLA MOODBOARD

Il·lustració 2: plantilla moodboard Font: elaboració pròpia



3.4 PLANTILLA PER TREBALLAR ELEMENTS GRÀFICS MARCA PERSONAL

Descarrega la plantilla que veuràs a continuació: <https://bit.ly/brandingmarcapersonal>

Il·lustració 3: imatge plantilla per treballar elements de marca. Font: elaboració pròpia

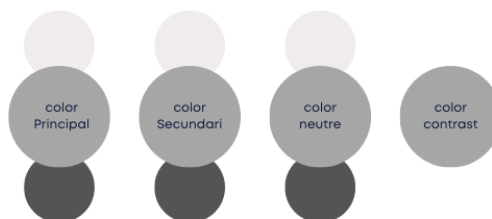
Defineix el teu moodboard



Defineix els teus colors principals



Defineix el teu univers de colors



Il·lustració 4: plantilla 2 per treballar els elements de marca. Font: elaboració pròpia.

Defineix la teva tipografia

Espai de joc per crear el logotip

Tipografia pels títols

Tipografia paràgrafs

Tipografia decorativa

Reuneix tots els elements finals aquí

Logotip principal

Variació del logotip	Icona
	Altres

Tipografia títols

Tipografia paràgrafs

Tipo de letra decorativa

ANNEX 4: CREACIÓ DE LA MARCA PERSONAL TXELL RABIONET

Hi ha aspectes de la creació d'una marca personal que s'han de treballar amb més profunditat, és per això que en aquest apartat es pot consultar la descripció del “buyer persona”, les tipografies de marca i la coherència visual que s'aplica a Instagram.

4.1 PLANIFICACIÓ ANUAL

Pestanya despeses.

Il·lustració 5: pestanya despeses planificació anual. Font: elaboració pròpia.

Gestió	166,50€			
Gestoria	55€	mensuals		
Autònoms	70€	mensuals		
Internet	35€	mensuals		
Telèfon	7 €	mensuals		
Eines Digitals	39,17€			
Hosting + domini			120,00 €	anuals
Canva PRO			110,00 €	anuals
ENVATO			120,00 €	anuals
Google Workspace			56,16 €	anuals
Metricool			120,00 €	anuals
Altres	310,00 €			
Formació	150,00 €	mensuals		
Dinars/cafés networkin	30,00 €	mensuals		
Sessions fotogràfiques	130,00 €	mensuals		
TOTAL	515,67€			

Pestanya planificació anual.

Il·lustració 6: planificació anual. Font: elaboració pròpia.

Planificació a	29.893,78 €		2.491,15 € al mes		
Sou	1.200,00 €				
Despeses	515,67 €				
Beneficis	10,00%				
Impostos	20,00%				
Marge d'error	10,00%				
Servei 1	20,00%	5.978,76 €	Precio	Cantidad	
Calendari de continguts	100,00%	5.978,76 €	150,00 €	3 clients mensuals	
Servei 2	70,00%	20.925,64 €	Precio	Cantidad	
Gestió de Xarxes Socials	100,00%	20.925,64 €	450,00 €	4 clients mensuals	
Servei 3	10,00%	2.989,38 €	Precio	Cantidad	
Auditoria Xarxes Socials	100,00%	2.989,38 €	550,00 €	5 clients anuals	

Empreses locals

“Vull captar clients per fer créixer l'empresa a través del canal digital, però no sé com fer-ho, ni tinc ganes, ni temps.”

En Quim té una botiga-taller de mobles de fusta a Besalú des de fa més de vint anys. Ha aconseguit mantenir el negoci entre ell i la seva parella, però ha decidit que és un bon moment per fer créixer l'equip i fer arribar els seus mobles a tota Catalunya. Sap que les xarxes socials cada cop tenen un pes més important en els negocis, perquè la seva dona li ensenya des del seu Instagram personal com la seva competència i referents més grans publiquen i ofereixen ofertes a través de la plataforma. Tot i que l'últim que pot fer és dedicar temps a entendre el món digital, té la sensació que s'està quedant enrere.

Té clar que vol delegar aquesta part, i que vol dedicar-hi el temps just i necessari. Demana a altres companys, que coneix a través de trobades de botiguers i empresaris de la província, si coneixen a algú que pugui fer aquesta feina. Una companya recorda una xerrada que va anar fa un parell de setmanes, presentada per la Txell Rabionet. Es guarda el nom i segueix buscant. Quan arriba a casa, la seva dona, que també ha estat buscant activament per Instagram, li ensenya el perfil d'una professional de Girona que justament tracta xarxes socials i ho fa tot en català. Torna a ser la Txell. Mira per sobre la pàgina web i veu que ofereix el serveix de xarxes. Decideix posar-s'hi en contacte amb una trucada.



«Aquest any vull créixer en equip i facturació.»

«Veig que per trobar client he de ser a Internet, però no vull dedicar-hi el meu temps.»

«Instagram no serveix per res, ja hem pujat contingut des de fa dos anys.»

A la trucada, en Quim li explica que ja tenen un Instagram, però que no aconsegueixen captar clients. La Txell li fa preguntes que no s'havia plantejat mai i li explica el procés exacte que seguiran. A més, li explica el cas d'altres botigues locals amb qui ha treballat i com ha millorat. Li demana un pressupost i se sorprèn del cost, però veient els casos d'èxit d'altres negocis decideix apostar-hi com a mínim tres mesos. Al cap d'una setmana comencen a treballar junts.

Finalment, el seu Instagram comença a tenir un aire diferent i nota una major aflluència a la botiga. En una trucada de seguiment amb la Txell, ella els hi pregunta si també els hi agradaria començar a atraure clients per altres canals, i els hi explica el servei de pla de comunicació. És una inversió més, però en veure els resultats de les xarxes, decideix continuar endavant. De mica en mica, la botiga comença a tenir més clients. A més, comencen a dissenyar nous serveis amb la Txell que els ajuda a tenir un ingrés extra.



«Si a la meva competència li funciona, potser només necessito al professional adequat.»

«No em sento cuidat a les agències, la Txell em transmet més confiança.»

«Ara que he vist que tinc més clients, m'agradaria saber com puc atraure encara més clients per Internet.»

Client

Punts de dolor

- El seu objectiu principal és créixer, però d'ençà que van començar el món ha canviat molt i no saben com promocionar el seu negoci.
- Veuen que la seva competència cada cop està més present a Internet, i tenen por que se'ls hi emporti quota de mercat.
- Desconfien d'Instagram, perquè han provat de fer publicacions, però no aconsegueixen clients quan abans era més fàcil.
- Han sentit a parlar que necessiten una pàgina web, SEO, anuncis... Però no saben per on començar.

Objeccions

- No coneixen la feina estratègica que hi ha d'haver darrera les xarxes socials i no ho valoren.
- És probable que hagin tingut una experiència dolenta amb una agència. Dificultat per mesurar resultats a l'hora de contractar un servei recurrent.



«Aquest any vull créixer en equip i facturació.»

«Veig que per trobar client he de ser a Internet, però no vull dedicar-hi el meu temps.»

«Instagram no serveix per res, ja hem pujat contingut des de fa dos anys.»

Què valora

- Valoren conèixer casos d'èxit anteriors, veure l'abans i el després.
- Valoren que està tot pensat per portar-ho a la pràctica, que sigui una cosa útil per aconseguir el seu objectiu principal.
- Valora l'empatia amb el client final i que realment acabi mostrant interès.
- Valoren un tracte fàcil per poder-se'n despreocupar i centrar-se en el dia a dia del negoci.
- A la llarga, valoren la visió estratègica i per objectius de la Txell, va més enllà de les xarxes socials i et posa les piles.
- Valoren la implicació, l'adaptació i l'empatia real amb el negoci i la situació.
- Valoren sentir-se important, el tracte personal i proper, no ser un client petit en una agència, sinó sentir-se valorat.



«Si a la meva competència li funciona, potser només necessito al professional adequat.»

«No em sento cuidat a les agències, la Txell em transmet més confiança.»

«Ara que he vist que tinc més clients, m'agradaria saber com puc atraure encara més clients per Internet.»

4.3 TIPOGRAFIES MARCA TXELL RABIONET

Il·lustració 7: tipografies de marca. Font: elaboració pròpia.

TITOLS PRINCIPALS

Subtítuls lorem ipsum dolor sit amet,
consecte adipiscing elit, sed diam

CATEGORIES / PREUS

Paràgrafs Lorem ipsum dolor sit amet,
consectetuer adipiscing elit, sed diam
nonummy nibh euismod tincidunt ut
laoreet dolore magna aliquam erat
volutpat.

CRIDES A L'ACCIÓ

*Tipografia decorativa per frases,
subtítols, dissenys, etc.*

4.4 PERFIL INSTAGRAM TXELL RABIONET

Mostra del mur del perfil d'Instagram.

Il·lustració 8: perfil Instagram Txell Rabionet. Font: elaboració pròpia.



A continuació es presenta una mostra de cada un dels formats fixes, sense tenir en compte els reels, amb les que s'ha elaborat el contingut d'Instagram i que ha permès mantenir una coherència visual.

Format frase + foto: foto de fons, una transparència d'un color corporatiu i una frase que permet desenvolupar un text a la descripció de la foto.

Il·lustració 9: mostra publicació format frase. Font:elaboració pròpia.



Foto: publicació d'una fotografia per humanitzar la marca.

Il·lustració 10: mostra publicació format foto. Font: elaboració pròpia.



Format carrusel: portada + diapositives explicatives + conclusió final. Format per generar contingut educatiu.

Il·lustració 11: publicació Instagram format carrusel. Font: elaboració pròpia.



4.5 PÀGINA WEB

La pàgina web creada per la marca personal Txell Rabionet es pot consultar a: www.txellrabionet.com

Pàgina d'inici

Il·lustració 12: pàgina sobre mi de la web txellrabionet.com Font: elaboració pròpia

SOBRE MI SERVEIS + CASOS D'ÈXIT **TXELL
RABIONET** FORMACIÓ BLOG CONTACTE

SOC AQUÍ PER AJUDAR-TE A POTENCIAR EL TEU NEGOCI

Troblem el teu espai dins del món digital, perquè puguis trobar clients sense que se't faci una muntanya!



EI! EM SEMBLA QUE HE SENTIT A PARLAR DE TU...

- M'han dit que cada cop que aixeques la persiana, tot i els dies dolents, ho fas **amb la mateixa il·lusió del primer dia.**
- Que amb cada nova comanda, petició de pressupost o client que entra per la porta, t'hi **entregues amb cor i ànima.**
- Que prefereixes donar **suport al mercat setmanal, emprenedors i botigues locals**, abans que a les grans superfícies.
- Que, des que vas començar, has vist un munt de canvis... **Però que sempre has estat capaç d'adaptar-te i continuar endavant!**

Llavors... Per què hauria de ser diferent, ara?

AQUESTS NOUS REPTES, LES XARXES SOCIALS I EL MÀRQUETING DIGITAL, TAMBÉ SÓN OPORTUNITATS!

Quan saps treure partit dels canals digitals i planifiques amb estratègia, al teu negoci se li poden obrir moltes més portes per:

- Arribar a nous clients.
- Augmentar la confiança dels que ja tens.
- Aconseguir la visibilitat que el teu negoci mereix.

I tot això, de franc i amb molta més tranquil·litat!

Blog: en aquesta pàgina s'ha procurat seguir l'estètica del perfil d'Instagram de Txell Rabionet.

Il·lustració 13: pàgina blog de la web txellrabionet.com Font: elaboració pròpia

SOBRE MI SERVEIS + CASOS D'ÈXIT **TXELL RABIONET** FORMACIÓ BLOG CONTACTE

BLOG SOBRE COMUNICACIÓ DIGITAL

Aprèn els bàsics per promocionar i planificar el teu negoci en digital

Totes les categories + Estrategia digital + Gestio de negocis + Marqueting digital +

El paper de les Xarxes Socials en els negocis locals

Tindries la persiana baixada del teu negoci? Segur que no, perquè el que vols és que quan la gent hi passi p

VULL SABER MES

Per on començar si vols digitalitzar el teu negoci?

Temps era temps, hi havia un negoci local que volia digitalitzar-se. Saltava d'agència en agència, buscant

VULL SABER MES

5 passos per aplicar un bon màrqueting de contingut 2

5 passos per aplicar un bon màrqueting de contingut

VULL SABER MES

Pàgina de contacte: pàgina perquè la gent interessada en serveis pugui contactar a través d'un formulari o a través de les dades de contacte que s'hi mostren.

Il·lustració 14: pàgina de contacte de la web txellrabionet.com. Font: elaboració pròpia.

SOBRE MI SERVEIS + CASOS D'ÈXIT **TXELL RABIONET** FORMACIÓ BLOG CONTACTE


Posem a to el teu negoci

T'ajudo a planificar i comunicar millor

Gràcies per confiar en mi per ajudar-te a potenciar el teu negoci a Internet. Quines ganes de conèixer el teu projecte!

Tant si vols que t'ajudi a destacar el teu negoci local a la xarxa, com a ordenar i planificar els serveis que ofereixes, **contacta amb mi per demanar un pressupost sense compromís o resoldre els dubtes que tinguis.**

Utilitza aquest formulari per explicar-me qui ets i quins són els teus reptes.



Com et dius?*

Quin és el teu negoci?*

En quins serveis tens interès?*

Escull el teu servei

Com creus que et puc ajudar?*

He llegit i accepto la política de privadesa

Enviar

4.6 TARGETA DE VISITA



Il·lustració 15: targeta de visita Txell Rabionet. Font: elaboració pròpia