

VENTA EN LÍNEA

¿CÓMO CREAR Y DESARROLLAR SU EMPRESA?

38 participantes de 12 países europeos

Desde hace varios años, muchos grupos Emaús se iniciaron en la venta en línea en toda Europa, ya sea por su cuenta o uniéndose a una plataforma de venta, como la cooperativa francesa Label Emmaüs, por ejemplo. Ante la actual crisis sanitaria, que ha transformado nuestro estilo de vida y nuestra forma de consumir, nuevos grupos también han dado sus primeros pasos en esta aventura digital, que no siempre es fácil de poner en marcha.

Para este primer intercambio, nos centramos en las reflexiones en torno al lanzamiento de una actividad de venta en línea y la comunicación. Nos beneficiamos de las experiencias de Emmaüs Jura (Suiza), Label Emmaüs (Francia), Emaús Fundación Social (España) y de todos/as los/as participantes.

El encuentro fue muy enriquecedor y nos permitió ver lo que implica esta actividad. En particular, los tres grupos compartieron la aventura de su lanzamiento en línea, destacando tanto los aspectos positivos como los negativos. En general, aunque la venta en línea parece ser una forma positiva de diversificación, se plantearon y debatieron puntos de vigilancia.

La plataforma cooperativa Label Emaús, que agrupa las tiendas en línea de los grupos Emaús en Francia, también presentó su lugar de mercado independiente. También aprovechamos su actividad de formación para continuar el intercambio con una iniciación práctica a la toma de fotos para poner artículos a la venta en línea y a las buenas prácticas para redactar un anuncio.

En cuanto a la actividad en sí, todo el mundo está de acuerdo: la venta en línea nunca sustituirá al contacto humano. Se trata más bien de una actividad complementaria que tiene ciertas ventajas, como ganar visibilidad, llegar a un público diferente o vender los artículos no vendidos en las tiendas a un precio más justo. Con la pandemia, también fue una forma de seguir vendiendo solidario; ¡muchas ventajas adicionales para una actividad que parece ser cada vez más imprescindible!



LO QUE APRENDIMOS DE LOS INTERCAMBIOS

■ La venta en línea requiere importantes recursos humanos, competencias (tecnológicas, logísticas, fotográficas, etc.) e infraestructuras, sobre todo en lo que respecta al almacenamiento y la gestión de stocks en línea y en la tienda.

■ La puesta en línea de los artículos representa mucho trabajo (unos 30 minutos por artículo), al igual que la tramitación de las reclamaciones, cuando es esencial poder presentar una amplia oferta de productos. Una buena idea propuesta para resolver este tema es centrarse en los productos upciclados en serie, los muebles o los productos que son raros o que no encuentran adeptos en las tiendas, o incluso la creación de una marca de productos upciclados como en España. Esta solución también evita el problema de la gestión de stock omnicanal.

■ También se planteó la cuestión de la ética de las herramientas utilizadas para estar en consonancia con nuestras luchas y poder mantener nuestra autonomía en línea. Al mismo tiempo, parece necesario estar presente en espacios de gran visibilidad, lo que no es necesariamente compatible.

■ Por último, debemos asegurarnos de reducir el impacto medioambiental y social de las nuevas tecnologías y no olvidar nuestro compromiso local..

En Emaús Village Carlton, los códigos de barras permiten vender ciertos artículos en línea y en la tienda.