



# Carrer Sant Pere 1.0

*L'ús de les noves tecnologies i les xarxes socials brilla per la seva absència en un dels carrers més cèntrics i comercials de la ciutat*

*Carrer de Sant Pere de Terrassa Foto: Lluïsa Tarrida*

Els comerços del carrer Sant Pere consideren suficient disposar d'un aparador, estar ubicats al centre de la ciutat i contractar de tant en tant algun anunci publicitari tradicional per arribar al seu públic potencial. Aquesta és una de les conclusions a què arribo després d'entrar i preguntar, un a un, als 45 comerços que hi ha en aquest carrer sobre l'ús que en fan d'Internet i les noves tecnologies.

El treball de camp ?dut a terme el 24 de juliol? buscava donar resposta a unes poques preguntes molt senzilles. Volia saber quants comerços disposaven de pàgina web, separant els que la tenien pròpia i els que entraven dins d'una web corporativa, de marca, de cadena, franquícia, etcètera. Entre els que tenien pàgina web, també vaig analitzar quins disposaven d'algun tipus de botiga *online* . I, quant a l'ús de les xarxes socials vaig comprovar quines eren les més utilitzades, si eren pròpies del comerç o genèriques de la marca i, si se'n feia algun tipus de publicitat a l'aparador.

No m'esperava trobar una gran implicació en l'ús de les noves tecnologies i les xarxes socials, però n'he extret algunes idees interessants. La impressió principal és negativa, es considera l'ús de les TIC com una cosa de més a més en el comerç, quan crec que caldria posar-ho al mateix nivell que la cura que es té amb els aparadors o amb el servei presencial al client. Si els teus clients es passen el dia a Internet, fes-los una mica de cas i vés-hi, no? Per altra banda, també hi he trobat alguna grata sorpresa, com l'anunci en tres botigues que ja estan treballant en la creació de la seva pròpia web, amb botiga *online* inclosa (Appear, Casa Gorina i Enzo) i, en un cas, fins i tot, amb programa de personalització dels productes que ofereixen (Appear).

Dels 45 comerços ?en la major part botigues de roba, però també algun bar, un parell de forns i una escola? un 58% disposen de pàgina web. Tot i que podria semblar una dada fins a cert punt positiva, cal detallar-la per a entendre-la millor. Així, de les 26 webs analitzades, només 9 són pròpies del comerç situat al carrer Sant Pere, mentre que les 17 restants les podríem englobar en la categoria de marca, corporativa o de franquícia, és a dir, amb un enfocament molt més genèric. En tot cas, s'hi pot trobar informació bàsica de la botiga, com situació, dades de contactes, etcètera.

Quant a comerç electrònic, cal celebrar que, ja sigui de forma pròpia o amb eines corporatives, 14 dels 45 comerços analitzats disposen d'algun tipus de botiga *online* .

## **Facebook, la xarxa més utilitzada pel petit comerç**

Amb tot, les dades més interessants d'aquest petit treball de camp es donen a l'hora d'analitzar l'ús de les xarxes socials que fan els comerços del carrer Sant Pere. Ja podem avançar que els resultats no són massa esperançadors.

Només 3 de les 45 empreses consultades disposen d'un blog, dels quals dos són corporatius i



---

l'única que en té un de propi no l'actualitza des del maig del 2012.

Quant a l'ús de xarxes socials, Facebook n'és la reina indiscutible. Així, un 56% de comerços del carrer Sant Pere tenen algun tipus de presència a la xarxa social de Mark Zuckerberg. I, parlo d'algun tipus, perquè és molt diferent tenir una pàgina de Facebook pròpia de la botiga, per exemple, o estar present a Facebook a través de la pàgina corporativa o de marca. Els continguts i missatges que s'hi poden trobar són molt diferents en ambdós casos. Dit això, és molt destacable que trobem més pàgines de Facebook pròpies dels establiments (33%) que no pas pàgines corporatives (29%). I, això és important perquè ens demostra que algunes botigues que ja tenen presència a través de la pàgina de marca, l'han obert per iniciativa pròpia per al seu establiment, i que algunes que no tenen ni pàgina web si que disposen de Facebook. Aquest fet no es dona en cap de les altres xarxes socials analitzades.

### **Twitter és més de marca**

La següent xarxa més important quantitativament és Twitter. Tot el què comento en aquest article és una anàlisi quantitativa, no entro a valorar gairebé gens els aspectes qualitius, donaria per a un tema a part molt més extens. La xarxa de *microblogging* és utilitzada per un 36% d'establiments, però a diferència de Facebook, aquí ja veiem que la presència de Twitter de marca és més alta (24%) que la d'establiment pròpiament dit (16%).

Haureu comprovat que les sumes de Facebooks i Twitters propis i de marca no sumen idènticament que els percentatges totals que he esmentat. Això és així, perquè en alguns establiments hi ha doble presència, una xarxa per la marca i una oberta expressament per la botiga o establiment analitzat, tot i ser un fet que es dona en poquíssimes ocasions.

A banda de les dues xarxes més importants, també he trobat cinc comptes de Google+, tres de Pinterest, dos de YouTube, un d'Instagram i un de Tuenti. Això si, en aquests casos gairebé el 100% són comptes oberts per la marca mare, no són xarxes obertes pels propis establiments del carrer Sant Pere. Demostrant, un cop més, que si alguna xarxa pren certa força per al comerç és Facebook i, en menor mesura, Twitter.

### **Falta publicitar l' *online* en *offline***

Un altre factor que vaig analitzar va ser comprovar si els establiments feien publicitat de les seves webs i xarxes socials als seus aparadors o a l'interior del comerç. Si tens comptes oberts voldràs que els teus clients els coneguin, no? I, ja hauríem de tenir clar que la presència digital i la física van directament unides, oi? Doncs, vistos els resultats, no sembla tant clar. Les xarxes socials consultades estan força ben publicades a les 'homes' de les webs d'empresa, però la presència als aparadors dels establiments del carrer Sant Pere és nula. Només en un comerç vaig trobar anunciat a l'aparador els comptes de Facebook i Twitter (Cal Tuset), en un altre cas tenien anunciat el Facebook a l'interior de la botiga (Shana), en tres casos vaig comprovar com publicitaven la web i la botiga *online* a l'aparador (Casas, U-Casas i Depiline Center) i en un altre cas aïllat vaig trobar una botiga amb dos grans codis QR que quan els accionaves et redirigien a la seva pàgina web (Front).

La meua modesta recomanació als comerços és que es prenguin seriosament l'ús dels mitjans socials i les TIC en general com una pota més per afavorir el seu negoci. Que ho facin amb



---

coneixement de causa, amb objectius clars i marcant-se una estratègica ben estudiada i uns indicadors que els facilitin informació sobre l'èxit o fracàs d'aquestes accions de màrqueting.

Així mateix, i ja en un camp més de concreció, considero important fer publicitat de la web i les xarxes socials als aparadors dels comerços. I, no només dient que en tens, a l'estil del clàssic 'visiteu el nostre Facebook', que vindria a ser com dir 'tenim telèfon, truqueu-nos'. No, així no n'hi ha prou, cal dir quina és la nostra presència digital i on trobar-la, concretant bé el nom comercial utilitzat o la URL.

### **Resultats decebedors, molta feina per fer**

Aquestes dades confirmen el què m'esperava, no vull ni pensar què trobaríem si analitzéssim la qualitat dels continguts que s'hi publiquen, si disposen d'un mínim de pla estratègic, si tenen clars els objectius que cerquen amb l'ús de les eines socials, etcètera. Els hàbits de consum estan canviant, i Internet hi té molt a dir, tant com a aparador, com a espai per a fidelitzar clients o per a trobar-ne de nous com, fins i tot, d'eina per a vendre els productes o serveis que oferim.

Una de les 'queixes' generalitzades que em comentaven els comerciants són els suposats elevats costos de crear una web. Fet que poso en dubte, exceptuant les botigues *online*, tenint en compte que hi ha eines gratuïtes, o gairebé, que poden servir per obrir blogs que poden ser gairebé idèntics a algunes webs. I, quant a xarxes socials, no cal dir-ho, la simple presència és gratuïta.

Terrassa disposa de l' ESCODI (Escola Superior de Comerç i Distribució) ?única en el seu camp? i els comerços del centre tenen el suport de Terrassa Centre (una vintena dels 45 comerços del carrer Sant Pere paguen pels seus serveis). Aquests dos factors s'haurien de notar més. Cal la voluntat dels comerços per fer un pas endavant i formar-se. Les eines estan a l'abast. Potser altres espais estan més avançats en aquest aspecte, tinc la impressió que el carrer Font Vella està passant la mà per la cara al carrer Sant Pere en aquest sentit. Caldrà donar-hi un cop d'ull.