

EL COMERÇ I LES NOVES TECNOLOGIES: UNA OPORTUNITAT PER A QUI?¹

Ricard Espelt

Resum

En aquesta presentació analitzarem com les noves tecnologies poden representar una oportunitat per la promoció del comerç local. Ho farem centrant-nos en un parell de casos analitzats però amb òptica general. La proposta focalitzarà vers el producte i la comunitat que es genera entorn a ell. Aquesta comunitat pot estar formada pels propis productors/promotors, i alhora englobar consumidors, com és el cas de les comunitats locals, especialment rurals, catalanes: associacionisme i cooperativisme; o també, vers la pròpia acció d'un productor/promotor que pot generar una comunitat entorn al propi producte. En aquest marc, les noves tecnologies i la Societat en Xarxa, representen una oportunitat.

Aquesta presentació també forma part d'un treball de col·laboració en xarxa. Abans de començar vull agrair les aportacions que m'han ajudat a reflexionar sobre l'experiència del comerç local i les noves tecnologies.

De la comunitat real a la comunitat virtual

Els Cudié són una nissaga coneguda a Vilafranca per la seva implicació amb la catània. La catània² és un producte que per les seves característiques: dolç de xocolata i ametlla, pot tenir un ventall de possibles mercats molt gran. De totes maneres, és un producte típic de Vilafranca del Penedès, per tant és un reclam del viatger quan visita la ciutat i un producte de consum local.

La tercera generació dels Cudié que es vinculen al negoci de produir i vendre aquest producte han reforçat el coneixement d'aquest a través de les possibilitats que ofereix Internet. Alhora, ha permès que s'amplifiqués la comunitat de consumidors tot reforçant el seu caràcter local.

Confiança i arrelament: el sentit de pertànyer a una comunitat permet generar confiança en un producte. Si l'usuari pot relacionar la procedència del producte, accentua aquests aspectes.

Necessitats dels consumidors i comportament conegut: és més fàcil que el consumidor tingui més relació amb el propi producte si ha pogut viure l'experiència de veure'l i olorar-lo, en aquest cas. La comunitat d'usuaris de les catànies és molt fàcil que s'identifiquin amb el producte perquè abans hauran pogut tenir l'experiència presencial de gaudir del producte.

1 El comerç i les noves tecnologies: una oportunitat per qui? <http://www.diba.cat/cjs/jornada.asp?id=1291>

2 Catànies (Wikipedia) <http://ca.wikipedia.org/wiki/Cat%C3%A0nies>

Serveis i aplicacions aprofitant la complementarietat entre la web i la presència. Les catànies és un producte que es pot relacionar amb diverses festes que es celebren durant l'any: Nadal, Tot Sants,... això fa que les formes de presentació del producte adopti particularitats pròpies de la festivitat. El complement de presentar a la web en format de vídeo el que ja es pot gaudir d'una manera presencial dóna la possibilitat que el consumidor pugui compartir l'experiència amb d'altres usuaris.

D'altra banda, a través del web pot adquirir productes amb finalitats pròpies (com per exemple, packs per empreses) i algunes variants del producte (com per exemple torrons de catànies) que també es poden comprar a la botiga presencial. L'usuari també podrà accedir a altres productes relacionats amb la família Cudié³.

El coneixement local permet competir amb botigues virtuals distants. Elaborar una comunitat on-line permet al possible consumidor tenir una referència vers aquest producte i en una determinada empresa. Els Cudié a través del web i, especialment, les xarxes socials⁴ dialoguen amb els consumidors i els fan participis de noves experiències relacionades amb les catànies. A partir d'aquí el consumidor pot accedir fàcilment a la botiga *on-line*⁵ per adquirir els seus productes.

La comunitat virtual però manufacturada artesanalment

A El Vendrell hi ha una ferreteria d'aquelles de tota la vida: la Ferreteria Díaz. L'empresa amb una experiència de més de 40 anys, ha cercat articular una relació de confiança amb el client a través de la innovació i l'adaptació als reptes del futur. La Sònia⁶ sempre atenta a les formes de comunicació i publicitat en el sector de la ferreteria va començar a interessar-se per les possibilitats de les TIC com a instrument de relació amb els seus clients i l'amplificació del seu servei i oferta a través d'Internet.

A través d'una eina versàtil i senzilla: un bloc⁷, que hom pot crear fins hi tot sense cost va començar a parlar dels seus productes i, el més important, la seva aplicació. Aquest darrer element els distingia de la resta: no incidir només en la venda sinó en les pròpies qualitats del producte. A través de les xarxes socials⁸ difonen els continguts que generen al bloc: "compartint amb tothom que vulgui, les nostres recomanacions, notícies i ofertes." D'altra banda, les xarxes socials són un canal per dialogar amb els clients i donar resposta als seus dubtes i necessitats.

3 Bombons Cudié <http://www.bombonscudie.com/>

4 Catànies al Facebook <http://www.facebook.com/catanies/> / Catànies al Twitter <http://twitter.com/#!/catanies/> / Catànies al Flickr <http://www.flickr.com/photos/catanies/> / Catànies al YouTube <http://www.youtube.com/lacatania>

5 Botiga on-line Cudié <http://www.cudieshop.com/>

6 Sònia Díaz, <http://twitter.com/#!/soniola> A qui vull agrair l'ajuda en la redacció d'aquesta part de la presentació :)

7 Ferreteria Díaz, de El Vendrell, una empresa amb un llarg recorregut de més de 40 anys <http://ferreteriadiaz.es/>

8 La Ferreteria Díaz té presència a Twitter <http://twitter.com/#!/ferreteriadiaz> i a Facebook <http://www.facebook.com/FerreteriaDiaz.es?ref=sgm>

Els mateixos actualitzen els continguts i generen informació de productes, ofertes, notícies relacionades en el sector. Inclús fan de distribuïdors de diferents productes: Internet els ha permès posar-se en contacte, amb altres cooperatives, i teixir una xarxa més àmplia del producte.

Internet també permet tenir un catàleg de productes actualitzat a un baix cost de reproducció. Només cal mantenir actualitzada una versió en pdf del catàleg de productes, que l'usuari pot imprimir.

La ferreteria ha aconseguit establir llaços més amplis, no només amb altres distribuïdors i productes, sinó amb usuaris més llunyans de l'àmbit d'influència tradicional, que es relacionen amb ells a través dels canals esmentats.

Què permet l'aplicació les TIC en el comerç local?

- Generar una comunitat entorn del producte (comunitats virtuals) més àmplia que les comunitats tradicionals.
- Reforçar la unió entre proveïdor i consumidor.
- Difuminar la línia entre proveïdor i consumidor.
- Amplificar el boca orella.
- Dialogar amb la comunitat. Incentivar diàlegs.
- Resoldre els dubtes/necessitats d'una forma àmplia (Preguntes freqüents).
- Donar una resposta individualitzada, superant les barreres d'espai i temps tradicionals.
- Donar protagonisme al consumidor o a la comunitat de consumidors perquè participi de la promoció del producte.
- Fer accions sense despesa tecnològica (o molt reduïda) per investigar els efectes⁹.
- Venda on-line.
- Oferir recursos entorn al propi producte, més enllà de la comunitat de consumidors.
- Amplificar el coneixement del producte local en un entorn global.
- ...

⁹ Webloc's El teu espai amb Wordpress amb exemples de com utilitzar-lo <http://weblocs.wordpress.com/>