

# Annexes

## Focus Group

### Per trencar el gel...

#### 1. Com et dius?

MAR: Mar Ying

M. EDUARDA: Maria Eduarda

PAULA: Paula Sureda

AINA: Aina Llimós

DAVID: David Pütz

#### 2. Quants anys tens? Quin any vas néixer?

MAR: 18, 2002

M. EDUARDA: 18, 2002

PAULA: 19, 2001

AINA: 19, 2002

DAVID: 18, 2002

#### 3. On vius (municipi)?

MAR: Girona

M. EDUARDA: Viladecans

PAULA: Girona

AINA: Sant Hipòlit de Voltregà

DAVID: Girona

#### 4. Què estudies?

MAR: Disseny d'interiors

M. EDUARDA: Estic estudiant per presentar-me a la selectivitat altre cop per pujar la nota i entrar a odontologia.

PAULA: Comerç i màrqueting

AINA: Publicitat i RRPP

DAVID: Res, estic treballant: al matí a una empresa de recanvis de motos de trial, enduro i motocross, i a la tarda al Geieg (porto tres equips de futbol).

#### 5. Quines són les teves aficions? Què t'agrada fer? Què t'agrada fer en el temps lliure? Per exemple, fas esport?

MAR: Mirar moltes sèries i pel·lícules i passar el temps a les xarxes socials, amb amics i família.

M. EDUARDA: M'agrada molt sortir a menjar amb amics, anar a mirar botigues de roba, mirar sèries i pel·lícules. A vegades surto a córrer, però molt poc.

PAULA: Escoltar música, quedar amb els amics, fer esport i anar a la platja. Faig esport (més entre setmana que al cap de setmana).

AINA: Mirar sèries, Netflix, pel·lícules, a vegades sortir a caminar per desconnectar una mica i passar temps amb els amics, la meva parella i la família. Faig esport de tant en tant.

DAVID: Quedar amb els amics, anar a dinar a fora, jugar a futbol, mirar la televisió amb la família i cuinar.

**6. Quina és la teva rutina? Quin és el teu dia a dia? Per exemple, passes pels mateixos llocs sempre, fas el mateix camí?**

MAR: Ara vaig intercalant els dies per anar a la universitat i si hi vaig, m'aixeco, agafo l'autobús, torno, dino i faig deures, i després a vegades quedo amb amics o miro sèries. Faig la mateixa ruta.

M. EDUARDA: Intento aixecar-me aviat per poder estudiar abans que arribin els meus pares de treballar i llavors a vegades netejo la casa, cuino alguna cosa a vegades i després miro sèries, escolto música, a vegades surto amb els amics... es repeteix força. Faig la mateixa ruta.

PAULA: Normalment anar a l'institut a estudiar i després estudiar anglès, fer esport i al cap de setmana quedar amb els amics o anar a fer una volta (depèn del cap de setmana). També faig les mateixes rutes.

AINA: Ara em llevo, faig feina o vaig a classe (depèn del dia, perquè els horaris són una mica estranys) i llavors també treballo (depenent del dia a la tarda he de treballar o no, i llavors el cap de setmana sí que sempre treballo). Sempre faig la mateixa ruta: o vaig a estudiar o vaig a treballar.

DAVID: M'aixeco aviat, vaig a treballar, quan arribo dino, preparo els entrenaments i totes les sessions i llavors a les 17:00h ja estic al Geieg i a les 21:00h torno a casa i sopo. Faig la mateixa ruta cada dia.

**7. Què mires a la tele?**

MAR: Notícies a vegades i alguns partits del Barça

M. EDUARDA: El que els meus pares miren: notícies, partits de futbol i programes de viatges.

PAULA: Gairebé res perquè tampoc la miro gaire

AINA: A l'hora de sopar notícies o si després fan algun programa

DAVID: Sèries, algunes pel·lícules, algun partit important de futbol i algun partit de bàsquet.

**I a Internet?**

MAR: Més informació que res, perquè les sèries i pel·lícules ja les miro a les aplicacions.

M. EDUARDA: Sempre informació puntal d'alguna cosa, com una recepta o si per exemple miro una pel·lícula i em vull informar sobre els actors.

PAULA: Més informació i coses relacionades amb el que estic estudiant quan estic estudiant, però sinó per mirar sèries i pel·lícules i semblar normalment ho miro des de Netflix.

AINA: Bàsicament informació, és a dir, per treballs de la universitat o si vull saber una cosa en aquell moment. Pel·lícules i semblar per les plataformes.

DAVID: Algunes sèries, alguna pel·lícula i alguns documentals de Nat Geo Wild d'animals o del planeta.

**8. Com et sols comunicar (WhatsApp, Instagram, trucada, altres apps...)?**

MAR: Majoritàriament per WhatsApp i també a vegades per Instagram

M. EDUARDA: Principalment per WhatsApp i Instagram és més per comentar coses, però mai per quedar, per exemple.

PAULA: Depèn, normalment WhatsApp, també Instagram i sinó via mòbil.

AINA: Majoritàriament per WhatsApp, per Instagram a vegades també, però és més "mira què he vist, t'ho passo", no per quedar, per exemple, això és per WhatsApp.

DAVID: Per WhatsApp, però per Instagram també

**9. Quan surt un producte nou que t'interessa, el compres immediatament, el compres quan tothom ho fa o prefereixes esperar a després? (amb quin grup de la corba de consum t'identifiques?)**

MAR: Entre early adopters i early majority

M. EDUARDA: early adopters

PAULA: Entre early adopters i early majority

AINA: Entre early majority i late majority

DAVID: Entre early adopters i early majority

**10. En quin grup de VALS t'identifiques?**

MAR: Strivers, Experiencers i Creators

M. EDUARDA: Thinkers/Experiencers

PAULA: Experiencers

AINA: Thinkers i Experiencers

DAVID: Inovators i Experiencers

**Preguntes:**

**1. A quins influencers (youtubers, instagramers, tik tokers, actors, cantants, esportistes, celebrities famosos...) segueixes?**

MAR: A la Chiara Ferragni, a la Dulceida, a la Marta Lozano, a la Teresa Andrés, Dior, Chanel, en Tom Holland, en Harry Styles i en Shawn Mendes.

M. EDUARDA: La Dulceida, Clara Kong, Kim Kardashian, Kylie Jenner, Kendall Jenner, Gigi Hadid, Emma Chamberlain, Ariana Grande, Benedetta Porcaroli i Alice Pagani.

PAULA: Nuria Blanco, Marina Cerezo, Lidia Rauet, Víctor Pérez, La Rivers, Abril Cols, Lucía Bellido, Jenn Muchelas, Marta Lozano i Teresa Andrés.

AINA: La Dulceida, en Luc Loren, l'Alba Paul, en Marià Casals, en Daniel Illescas, en Carlos Cuevas, l'Elisabet Casanovas, la Mariona Casas, l'Albert Salazar, en Malbert, la Juliana Canet i l'Aitana.

DAVID: A molts, els que més Víctor Pérez, Leo Messi, Cristiano Ronaldo, Auronplay, ElChurches, Elrubius, TheGrefg, Jooaquirns, Anuel AA, Myke Towers i Rauw Alejandro.

**2. Coneixes aquestes influencers (per ex. de moda) que segueixes pel seu nom real o pel seu nom d'usuari?**

MAR: Faig un mix: a vegades si el nom és molt fàcil i és reconegut ja saps qui és, però després si algun influencer no és tant conegut te n'enrecordes de com es diu a Instagram.

M. EDUARDA: Alguns sé el seu nom, però la majoria de vegades em refereixo a ells pel seu nom d'usuari.

PAULA: Més pel seu nom d'Instagram perquè és el nom que veus i a vegades no pots intuir com es diuen en veritat, llavors et saps el sobrenom.

AINA: Per exemple la Dulceida és l'Aida Domènech (això se sap), però la majoria com que són gent famosa ja és el seu nom normal (per ex. l'Aitana és l'Aitana), no és que tinguin un segon nom, molts cops ja és el seu nom real, però és cert que se't queda el nom d'usuari (hi ha alguns, per exemple, que mai ho han dit i els coneixes pel seu nom artístic). La majoria com que ja és el seu nom real me'ls sé, però perquè és el seu de veritat, però és cert que te'n recordes més del nom d'usuari que del nom i cognoms sencer.

DAVID: Jo em quedo amb el nom d'usuari perquè és el primer que veus, però òbviament sí que hi ha noms d'usuari que veus perfectament com es diu la persona (per ex. @colsabril és Abril Cols), és a dir, ja intueixes que es diu així.

**3. Segueixes als influencers (per ex. de moda) que mires o simplement els busques de tant en tant?**

MAR: A vegades les coses que pengen a l'Instagram no m'agraden i a vegades les busco perquè he vist que ha penjat un story i després el veig perquè aquesta persona m'agrada (o com actua o com és o la personalitat), però si el seu feed no m'agrada no el segueixo.

M. EDUARDA: A la majoria els segueixo

PAULA: Algunes persones si ja m'interessa molt el que pengen sí que les segueixo, però sí només és per exemple cantants o semblar que només m'interessa les seves cançons, només entro al seu perfil per donar-li un cop d'ull a la seva vida, però res més, no els segueixo.

AINA: La majoria els segueixo

DAVID: Jo els segueixo

**4. Quins són els teus influencers (per ex. de moda) preferits?**

MAR: No puc escollir, però estaria entre moda, actors i cantants

M. EDUARDA: Amy Hallimond, Clara Kong i Emma Chamberlain

PAULA: No puc escollir, però segurament són de moda

AINA: En Luc Loren, la Dulceida i la Laura Escanes

DAVID: No puc escollir, però seria cantants i moda

**5. Per què segueixes a influencers (per ex. de moda) (proximitat, similituds, aspiració, estètica, interès en la seva vida, curiositat, avorriment...)?**

MAR: Perquè m'agrada molt el contingut, però també m'agrada saber a vegades el que estan fent.

M. EDUARDA: Per la roba i semblar. A vegades per avorriment

PAULA: Per com vestir

AINA: Perquè m'interessa la seva vida. També per avorriment, però hi ha dies que les stories en comptes de ratlletes són puntets (és a dir, que n'hi ha moltes) i et fa mandra.

DAVID: Bàsicament per xafardejar la seva vida. Depèn de quins sí que a vegades és per avorriment, no saps què fer i et poses a mirar això.

**6. Els influencers de moda que segueixes també és pel mateix motiu o ja és més específic perquè t'agrada veure com vesteix o per inspiració, etc.?**

MAR: Perquè m'interessa l'estil, però acabo mirant també la seva vida

M. EDUARDA: Per les dues coses: és per roba, però també acabo veient tots els seus stories on parlen d'alguna cosa que no té res a veure.

PAULA: Jo començo amb la roba, però va a més

AINA: Començo perquè m'agrada com vesteix, però em porta a interessar-me pel que penja.

DAVID: Ja és més específic

**7. En què et fixes en un/a influencer (per ex. de moda)?**

MAR: L'estil que vesteix i el feed, encara que després hi hagi roba que nosaltres no ens podem permetre

M. EDUARDA: Si és visualment agradable quan entres en el seu perfil

PAULA: En l'estil

AINA: El maquillatge que porten i l'outfit (que és tot d'una marca com Dior, Versace, etc; és roba supermaca i superelegant, són coses que jo mai em podré comprar, però t'agrada veure-ho).

DAVID: Com vesteix

**8. Els influencers o possibles marques que segueixes són d'alt standing o low cost?**

MAR: Influencers que porten roba assequible [encara que no segueixo a les marques (Zara, Bershka i semblar podem comprar-ho i ja ho veus físicament)] i marques d'alta costura (com Dior) o Nike, però és un mix (high fashion i low cost).

M. EDUARDA: Cares i altres de roba de segona mà (encara que també segueixo marques assequibles, com per ex. Motel Rocks), però és un mix (influencers que promocionen high fashion i normal).

PAULA: Influencers que recomanen roba assequible (del Zara, Bershka...) i a aquestes marques també.

AINA: Influencers que són molt coneguda que tant et poden patrocinar productes d'alt standing (per ex. Dior o Chanel) com normals (per ex. H&M, Pull & Bear i Kaotiko), però depèn de l'influencer.

DAVID: Alta i normal ("baixa", com Bershka o Nike)

**9. De quina social són aquests influencers (per ex. de moda) que segueixes?**

MAR: Sobretot Instagram

M. EDUARDA: Alguns pengen una part a Instagram i llavors et deixen un link que et redirigeix al seu canal de YouTube per veure-ho complet, però Instagram la majoria.

PAULA: Alguns utilitzen una app que es diu 21 Buttons i l'enllacen amb un link per comprar el producte directament des d'allà.

AINA: Principalment Instagram i si no algun té canal de YouTube i cada cert temps penja vídeo.

DAVID: De TikTok també, però sobretot Instagram (algun està ficat al Twitter, però res).

**10. Què t'agrada més del que publiquen els influencers (per ex. de moda) que segueixes?**

MAR: Tot el complet: com es maquillen, els complements, la roba...

M. EDUARDA: En general tot

PAULA: Com vesteixen i que combini

AINA: L'estil i com vesteixen

DAVID: L'estil com vesteixen

**11. Per què vas començar a seguir a aquests influencers (per ex. de moda) (què et va atraure d'ells: el físic, l'edició i composició de les imatges, la roba/complements, algun talent, la seva personalitat, perquè un amic el segueix...)?**

MAR: La personalitat (potser una persona m'agrada molt com vesteix, però si no m'agrada la seva personalitat no la segueixo) i l'edició de les imatges.

M. EDUARDA: A la secció *explorer* d'Instagram, si veig una fotografia i m'agrada com vesteix, com ha fet la fotografia, on l'ha fet, generalment és d'aquí d'on els segueixo. És a dir, els començo a seguir per l'estètica i també per l'edició de les imatges.

PAULA: M'agrada l'edició de les imatges, que combini les coses bé, que es vesteixi bé i que sobretot patrocini o compri roba que sigui de marques que jo també em pugui comprar o almenys que jo també ho pugui trobar a botigues normals perquè després

jo pugui no copiar-ho però inspirar-me o buscar alguna cosa semblant, no per comprar-m'ho.

AINA: Perquè eren famosos, en senties a parlar (per ex. entre amics) i el perfil més o menys t'agrada (com per ex. l'edició de les imatges). També perquè d'alguna manera els vas conèixer a través d'altres influencers o per curiositat.

DAVID: Per l'estètica i l'edició de les imatges

**12. Per què segueixes seguint a aquests influencers (per ex. de moda) (segueixen tenint les mateixes característiques que buscaves al principi, o tu has canviat, però encara els segueixes per x motiu, quin?)**

MAR: Si continuen fent el mateix contingut (si canvien el contingut i a tu no t'agrada el deixes de seguir). Pot passar que hagi canviat, però al final et canses.

M. EDUARDA: Jo crec que la personalitat llavors juga un paper més important després de començar-los a seguir [és a dir, si els seus stories són tota l'estona publicitat els deixo de seguir perquè sembla fals, però si semblen reals els segueixo seguint (a més m'agraden les fotos)]. M'introdueixo a ells per com editen les imatges, la composició, l'estètica o com editen i després m'hi enganxo per la seva personalitat.

PAULA: Puc seguir una persona perquè l'hagi conegut a través d'un amic, per exemple, però si després veig que no vesteix bé o que només era una foto que m'agradava com vestia el deixo de seguir.

AINA: Ells saben com tractar amb el públic, és a dir, molt sovint et recorden que estan molt agraïts del fet que els segueixis, et fan partícip ("som una gran família", "sense vosaltres no seria res"...). A vegades t'ho recorden i indirectament (perquè no et coneixen) és com si formessis part de la seva vida d'alguna manera.

DAVID: Perquè es van actualitzant quant a roba, el seu dia a dia...

**13. Què t'aporten aquests influencers (per ex. de moda)? Què t'aporta seguir a aquests influencers (per ex. de moda)?**

MAR: M'ajuden a definir el meu estil (abans no sabia quin estil m'agradava i seguia a moltes persones de diferents estils, i en comptes de comprar-me la roba i que no m'agradés mirava com quedava a les altres persones i després seguia el meu estil). M'agrada el seu aspecte, però no són "inspiracionals" per mi perquè no els conec i no em coneixen. Vaig d'extrem a extrem: m'agraden les celebritats i després m'agrada la proximitat d'aquí.

M. EDUARDA: Inspiració de vestir, maquillatge i tips (consells). No és res més profund, són "enrotllats". Jo segueixo als que porten un altre estil de vida (m'agraden les fotografies, però no em compraria res semblant) i els que són més quotidians (normals, més assequibles) aquests sí que em guardo fotografies per comprar productes semblants. Tinc més feeling amb els que són més semblants a mi.

PAULA: Inspiració, consells i idees. Per mi sí que hi tinc una connexió més profunda, però gent que no té tanta fama, gent que han començat de 0. Aquesta gent que porta una vida tan diferent de la nostra no els segueixo directament (entro al seu perfil, però res més perquè no em crida l'atenció), segueixo més gent que tingui (més o menys) el mateix poder adquisitiu que jo, que siguin de proximitat... Més els més semblants que no pas els altres.

AINA: Entreteniment (per ex. no sé què fer, vaig a mirar què han penjat, què fan amb la seva vida). Poden arribar a ser models a seguir, però gent potser més quotidiana, és a dir, que són més propers a tu o en comptes d'un influencer internacional, un d'aquí Catalunya, ja que el sento més proper, per això alguns que segueixo són per

proximitat. És un mix: la gent que és més propera (per ex. la Juliana Canet et fa vídeos amb el pijama a casa) és on em sento identificada, no quan veig el viatge que ha fet a Filipines la Dulceida, però igualment m'agrada, són les dos vessants, però tinc més engagement amb els més "normals".

DAVID: Inspiració i satisfacció (et sents bé mirant allò). No són models a seguir perquè a mi no m'agradaria ser per ex. en Víctor Pérez, però m'agrada el que fa, el que penja, però ja està, model a seguir no. Poso més likes, més comentaris i miro més stories als que són més de proximitat.

**14. Hi busques “algo” en concret al seguir a aquests influencers (per ex. de moda) (model a seguir, consells, inspiració, companyia, marques...)?**

MAR: Un model a seguir no tant (segueixo a la Chiara Ferragni i ella va començar de 0, va tenir problemes amb la seva empresa i va tirar endavant. M'agrada la seva història, però tampoc m'agradaria ser famosa com ella. Hi ha punts que són més profunds m'acaba d'enganxar i per això els segueixo, però poques vegades. No és que si canvien l'aspecte físic o deixen de vestir-se com m'agrada els deixaré de seguir, la personalitat és el lligam, allò que primer m'atrau, però després si hi ha contingut que no m'agrada els deixo de seguir. Moltes persones que segueixo no sé la seva història d'abans, les comences a seguir pel seu contingut i personalitat, però quan tu els comences a seguir no apareix tota la informació de la seva vida abans.

M. EDUARDA: Inspiració a l'hora de vestir. La majoria no sé com han començat, així que miro l'ara.

PAULA: Generalment és superficial la relació que tinc amb ells perquè no els coneixes. Conèixer la seva història no és un factor que sigui molt important per mi, no és decisiu, per això busco a gent més normal perquè la gent que ja tenen un poder adquisitiu així no sé la seva història tampoc.

AINA: Dir un model a seguir no és poca cosa, vull dir, et pots sentir identificat de certa manera, però no tant fins a arribar a l'extrem de dir "vull ser com ell/a". Com a molt em pot sonar la Dulceida, per ex; que va començar fent blogs de moda pel 2009 quan encara no era famosa (és com la pionera de tot això) i ha anat creixent i ha acabat fent esdeveniments i semblar, ha anat evolucionant i potser és la història que mínimament conec més, però els altres no (per ex. l'Aitana la segueixo perquè va començar a Operación Triunfo, sinó no la coneixeria ningú).

DAVID: Un model a seguir no. No conec la història que tenen al darrere, com han arribat fins allà, simplement miro què fan actualment.

**15. Els influencers (per ex. de moda) que segueixes, els coneixies d'abans d'alguna manera (mitjans de comunicació tradicionals, entrevistes, d'algun vídeo, d'algun altre influencer...)?**

MAR: Moltes vegades comences a seguir a persones per connexions entre els influencers i entre els meus amics.

M. EDUARDA: Hi ha alguns que me'ls van recomanar amigues i sinó la majoria de la secció *explorer* o botigues que l'utilitzen com a model.

PAULA: A partir d'un altre influencer perquè a vegades hi ha gent que recomana contes, és a dir, hi ha influencers que recomanen altres.

AINA: Per connexions entre influencers. Hi ha els dos vessants: o el coneixes perquè és amic d'un altre que ja seguies o que s'han fet famosos per fenòmens que els explota la fama de cop.

DAVID: En Víctor Pérez el vaig conèixer a través d'un altre influencer que es diu Naim Darrechi (per ex. quan jo seguia en Naim penjaven vídeos junts).

**16. Algú et va recomanar els influencers (per ex. de moda) que segueixes?**

MAR: Sí, altres influencers, però algun amic també

M. EDUARDA: Sí, influencers i amics (un mix)

PAULA: Sí, altres influencers

AINA: Sí, amics i influencers (potser més influencers que amics, però algun també)

DAVID: Sí, un mix entre amics i entre influencers

**17. Has vist algun influencer (per ex. de moda) dels que segueixes fent publicitat "d'algo"? Com t'has sentit al respecte (cap problema, bé, t'és igual, molest, massa directe, constant, cansant...)?**

MAR: Sí, molt, tots ells. Hi ha alguns que cada *story* és promoció. Si són molt pesats els deixo de seguir.

M. EDUARDA: Sí. Si és molt constant (si tota l'estona és només això) sembla que només estan fent això, però si és enmig d'altres temes és correcte. Entenc que guanyen diners així així que ho han de fer, però si és tota l'estona és molest. Els deixo de seguir si són massa "taladro".

PAULA: Sí. Si pengen a cada moment publicitat o semblar ja no els segueixo més.

AINA: Sí, constantment (el més típic que veus als *stories* de *swipe up* és "el meu codi de descompte és x"). Forma part de la seva feina, però els deixo de seguir si esdevé massa pesat.

DAVID: Sí (a Instagram a vegades veus per ex. "faig promoció de x"). Si és més de tant en tant millor, però encara els segueixo.

**18. Has comprat "algo" que t'hagi recomanat algun influencer (per ex. de moda)? Sols comprar segons el que et recomanen? Ha influït en la teva decisió de compra l'opinió d'un influencer?**

MAR: Sí, però a les botigues online només compro si les puc tornar on visc (per ex. Zara, Bershka, etc.), però coses cares no. Si em recomanen res (per ex. de roba o de complements) i no hi ha cap codi descompte o promoció m'ha d'atraure molt el producte per acabar-ho comprant.

M. EDUARDA: Crec que sí (potser no el producte en si, però alguna cosa semblant). Inspiració 100%. He conegut marques i els he donat un cop d'ull per algun influencer. Realment potser no compres productes, però ja entres a la pàgina web per mirar què tenen. Alguna peça he comprat online (però també de l'Stradivarius... botigues assequibles). Fa poc, ves per on, em vaig comprar unes botes perquè un influencer tenia un codi, llavors no em van arribar, però ho he comprat. M'ha d'atraure molt el producte per acabar-ho comprant si no hi ha descompte. La probabilitat de comprar-ho és baixa, de mirar-ho sí, però de comprar-ho no és tan alta. Si hi ha un sorteig faig el necessari per si em toca.

PAULA: Sí, potser t'ho recomanen, no ho compres a la botiga online, però ho vas a buscar a la botiga física. Si no em fan descompte jo no ho compro. Si hi ha un descompte la probabilitat dependria del % de rebaixa.

AINA: Jo crec que no, no solc comprar segons el que em recomanen (roba per internet em costa molt, el fet de no poder-m'ho provar, per molt que m'ho recomanin no tiraré endavant. Compraré coses com objectes, regals, però coses a mida em costa força el fet de no poder-m'ho veure posat, com em queda, per molt que em diguin "és fantàstic" em costarà). Com a molt pots donar una ullada (per ex. mirar la pàgina web), però per molt que t'ho recomanin si és molt car tampoc m'ho compraré.



DAVID: Potser veig alguna cosa interessant i m'ho guardo, però normalment no ho acabo comprant, depèn. La roba online, si la trobes per Internet no és el mateix que veure-la físicament. Si organitzen algun sorteig no comento perquè la probabilitat que em toqui és baixa, és molt difícil. Abans de comprar, però, miraria les opinions de la gent sobre el producte.

**19. Confies en l'opinió dels influencers (per ex. de moda) que segueixes (recomanacions de productes/serveis...)?**

MAR: La cosa és que segueixo persones que sé que les coses que patrocinen els agrada i marques que sé que existeixen i que m'agraden (per ex. persones que recomanen una objecte d'esport o una manta...), vull dir que jo segueixo a persones que sé que aquestes marques són reals i van bé. Depèn, si veig que és contingut publicitari potser no és un factor que em freni gaire, tampoc m'hi he fixat molt. He comprat poques coses que m'hagin recomanat o semblar. Si m'ho puc permetre compro el mateix, però si no sí que agafo inspiració i busco altres llocs que sigui més barat.

M. EDUARDA: Que sigui contingut publicitari inconscientment et fa pensar que potser no és veritat, però si els veig força utilitzant això o pujant una foto amb això de veritat hi confio més. Al final si m'agrada no és important. De les coses que m'han recomanat o semblar n'he arribat a comprar poques. Com per ex. veig un tallat de cabells que dic "ostres, no sé si m'agradarà" i com que veig com queda a algú altre que el porta així m'ho penso.

PAULA: A vegades sí que fan publicitat i si t'ho proven o veus que ells ho estan fent també ajuda força perquè t'ho pots arribar a creure més. No em frena veure que és contingut publicitari. Els cops que he acabat comprant el que em recomanaven o alguna cosa semblant a això ha sigut tant quan posava que era contingut publicitari com quan no era publicitat, de les dues maneres. De les coses que m'han arribat a recomanar o semblar n'he comprat i per Internet encara menys. Depenent de l'estil prefereixo que ells siguin els qui probin nous estils. Encara que no em convençin per copiar el seu estil he acabat l'estil imitant d'algun d'ells, però per assemblar-me estèticament a ells no, però si m'agrada com ho porten potser diré "m'ho vaig a comprar perquè m'ha agradat", però no per assemblar-m'hi sinó perquè m'agrada. A vegades si veig que algú que va vestit d'una manera o porta cert objecte acabo comprant el mateix que està portant aquesta persona, depèn: si el mateix me'l puc permetre doncs el mateix.

AINA: Sol passar que quan fa publicitat (que t'han d'avisar que és un anunci perquè per llei s'ha de fer) automàticament o inconscientment ja dubtes, penses "m'ho està venen perquè és el que ha de fer". Potser realment no ho ha provat o potser no va tant bé com diu, és a dir, quan et recomanen alguna cosa que no és publicitat (per ex. "mira, jo he provat això"), però perquè t'ho volen dir sense que ningú els hagi pagat per darrere potser sí que ho trobes més "creïble". La publicitat en general sempre tens reserves, t'ho mires amb una perspectiva de potser m'està enganyant, ja t'ho mires des d'una certa distància. A mi no em sona haver comprat res que algú m'hagi recomanat. Si són influencers que són molt coneguts per molt que m'ho digui ja sé que no ho podré fer això. La gent que segueixo sí que pengem *looks*, però tampoc et diuen "proba això" sinó "a mi m'agrada vestir-me així, si em vols seguir bé i si no també", però no crec que t'insisteixin.

DAVID: Depèn de qui. Si veig que és contingut publicitari a vegades em frena, ja em tira enrere. Els cops que he comprat el que em recomanaven o alguna cosa semblant a això ha sigut tant quan era publicitat com quan no.

**20. Quan mires si els influencers (per ex. de moda) que segueixes han penjat “algo” nou [cada quant, dispositiu, hora, perquè (motiu), xarxa social/xarxes socials)?**

MAR: Cada dia, a través del mòbil, Instagram i durant/després de dinar (els àpats), però no entro per veure què han penjat ara, la majoria de vegades que entro a les xarxes socials és per fer alguna cosa o per avorriment i després veig el seu contingut.

M. EDUARDA: Acabo veient el seu contingut cada dia, amb el mòbil, Instagram i en els moments lliures que tinc, però no una hora específica durant el dia. Entro a veure què han fet per fer alguna cosa.

PAULA: Cada dia, pel mòbil, Instagram i entre la tarda/vespre, però depèn: a vegades entro expressament per inspirar-me en looks o semblar, però també a vegades per avorriment, perquè m'apareixen les stories i per inspiració.

AINA: Cada dia, amb mòbil 100%, Instagram i en diferents moments del dia (no és que dediqui x temps, però sobretot abans d'anar a dormir, mentre esmorzo/dino o abans de classe), però no entro a l'Instagram per mirar què ha fet x persona, simplement com que sempre entro a l'Instagram ja em surt la fotografia o ja em surt l'story i a partir d'allà ho miro. És entreteniment: no vull fer feina? Doncs me'n vaig a les xarxes socials.

DAVID: Cada dia cap a la tarda-vespre al mòbil ho miro a l'Instagram o TikTok. Entro cada dia per veure el que han fet.

## Entrevista Irene Ponsatí, professional de màrqueting

### Per trencar el gel...

**1. Si us plau, presenta't**

Em dic Irene, tinc vint-i-nou anys, sóc amant de la fotografia, però em dedico al màrqueting, la meva altra passió. M'agrada molt, estic molt contenta amb el que faig, crec que és un dels àmbits que tinc traça. Pel que fa a estudis he estudiat audiovisuals i multimèdia a l'Escola Universitària ERAM i després vaig fer un màster d'aplicacions multimèdia a la UOC (a la Universitat Oberta de Catalunya). Sóc de l'Empordà, però visc a Banyoles.

**2. A què et dediques? On treballes?**

L'agència en la qual treballo es diu Biz Marketing i ens enfocuem en una tècnica de màrqueting que es diu inbound marketing. És una tècnica bastant nova: es tracta de no atacar al client amb publicitat perquè ens compri, sinó que ell ens trobi a nosaltres, és a dir, posicionant-nos correctament a Internet, fer que el client et trobi en comptes d'anar-lo a atacar tu, etc. Sí que també fem campanyes publicitàries. Per exemple, quan treballem amb algun e-commerce de moda fem campanyes sobretot a Instagram. Estem indagant cada vegada més això del TikTok perquè el jovent puja fort amb tot això i també s'hi ha de ser al final. Què fem més? Sobretot gestionem clients. Què vol dir gestionar clients? Portem tota l'estratègia de màrqueting a diferents tipologies de clients: uns tipus de clients són empreses B2B (què vol dir

empreses B2B? Que els seus serveis van destinats a altres empreses) i l'altra tipologia de clients són e-commerce (que tenen un comerç electrònic i que el seu producte, servei, etc; va destinat sobretot a client final). La gran majoria dels e-commerce amb els que treballem són del sector de la moda. Aquí ens especialitzem sobretot en campanyes publicitàries d'Instagram per fer captació i si finalment compren, i si algú deixa un carretó abandonat (per exemple el típic de "m'ho miro, però no m'ho compro") doncs intentem incentivar aquesta venda si algú ha estat interessat abans.

**3. Què és el que t'agrada més de la teva feina? Per exemple, tractes el món de la moda?**

El que m'agrada més és que és versàtil, és a dir, cada client és un món, aprens molt (dintre de les seves empreses aprens molt), veus quines estan més organitzades, quines ho estan menys, i sobretot com els pots ajudar. Quan veus que els ajudes i que els hi dóna resultats i que els seus objectius evidentment sempre són vendes (al final sempre volen vendre) però hi ha altres tipus d'objectius i quan els ajudes, els acompanyes i s'assoleixen dóna gust perquè dius "ostres, sembla que el que estem fent ho estem fent bé, i agrada perquè veus de tot, és a dir, amb un client aprens molt més a treballar amb els comercials i amb un altre aprens molt més a treballar les carretes abandonades, per exemple, o la moda. Cada client és un món: industrial, moda, etc.

**4. Quina és la teva rutina? Quin és el teu dia a dia? Per exemple, quines activitats tens en un dia? Contactes amb influencers, amb marques, empreses...? Què fas?**

Generalment el meu dia a dia és estar "depenent" del client, és a dir, què vol dir depenent? Intentar que els objectius del client es compleixin, que les tasques que ha de fer l'equip en l'àmbit de client també es compleixin. I en l'àmbit d'influencers si se'ls ha de contactar sí, els contactem nosaltres. Generalment els clients ens diuen "m'interessaria treballar amb un influencer, què puc fer?" i aquí és una mica la nostra tasca de fer d'intermediaris en aquest cas, és a dir, parlar amb l'influencer per decidir quin és el millor, quin pot encaixar millor, i parlar també amb el client, posar-li algunes opcions sobre la taula i dir-li "això és el que hi ha, tots tenen pros i contres" i decidir junts en bé del client.

**5. Què mires a la tele? I a Internet? T'interessa la moda?**

A mi personalment m'interessava la moda quan era més adolescent, ara per ara tinc altres interessos i passa en segon pla. M'interessa perquè m'agrada anar ben vestida o mínimament arreglada, però m'és igual si no porto la jaqueta d'última moda, les vambes Fila o els pantalons acampanats, em quedo igualment tranquil·la. La televisió no la miro, literalment si explotés no passaria res, el meu menjador seguiria igual. Sobretot és Netflix... (per streaming).

**6. Amb quin tipus de contingut t'agrada interactuar o entretenir-te (és la televisió, o Internet...)?**

Sèries, pel·lícules i el canal 324 per saber una mica com està el planeta, una mica de notícies.

**7. Com et sols comunicar amb els teus clients (whatsapp, Instagram, trucada, altres apps...)? I amb els influencers?**

Depèn, hi ha clients de tot, és a dir, a vegades hi ha clients que tenen un departament de màrqueting intern o hi ha clients que tenen una persona responsable de màrqueting que és la que es coordina amb nosaltres, i amb aquesta persona

intentem ser tan adaptables com sigui possible. Per exemple, amb alguns ens hi comuniquem per WhatsApp (tenim WhatsApp d'empresa, és a dir, tenim WhatsApp empresarial, per tant si s'ha de parlar per WhatsApp no hi ha cap problema). Habitualment treballem per correu, però agafem molt el telèfon, és a dir, truquem força. Què vol dir truquem força? Si hi ha una cosa que es pot resoldre en dos en comptes de 10 explicant el paràgraf llarg per correu et faré un truc. És així de fàcil. I videotrucades, és a dir, cada vegada més en comptes de trucada és correu: "pots fer videotrucada a aquesta hora?", connectem, t'ho explico, comparteixo pantalla i anem per feina. Amb els influencers normalment és per Instagram per privat perquè hi ha també una mica de certa reticència. Al final és una mica tot un món de qui és influencer i qui no: hi ha vegades que et trobes persones que volen ser influencers i has de valorar si realment ho són o no o si realment encaixen amb una marca o no, vull dir, algú et diu "jo sóc influencer", bé, anem-ho a analitzar una mica més en calma tot això, però generalment si som nosaltres que connectem evidentment connectem per Instagram: primer li diem un "hola" per Instagram i llavors intentem pescar el correu. Generalment no hem fet videotrucades amb ells.

#### **8. Se us acosten influencers?**

Contacten molt amb les nostres marques i aquestes ens toquen la porta i ens diuen "això què?" i nosaltres "no, aquest no, demana-li això, demanem-li allò altre" i veus els resultats i t'adones que molts diuen que són influencers i realment no. És a dir, parlar molt per Instagram amb moltíssims sí; arribar a un acord pocs perquè no és tan senzill. Però no, no tenim molts influencers ni molts e-commerce. Se'ns han acostat influencers però micros, de macros no. És a dir, hi ha gent que sí que són influencers, però no ens encaixen amb les marques que tenim, això també és cert. És a dir, contacten i ens diuen "Ai mira, que jo x", i tu dius "d'acord, fantàstic, però ara mateix no tenim cap marca que encaixi amb tu i amb els valors i la manera de fer o l'estil de roba o tendència o moda que vesteixes". Això també ens ha passat perquè tampoc tenim moltíssims e-commerce, vull dir, som una agència petita. Nosaltres no tenim de clients a influencers. Per diferents campanyes i diferents empreses no tenim un grup d'influencers que surten a diferents campanyes, no som tan grans. No tenim un grup d'influencers, però tenim pescats perfils d'Instagram, gent a qui dir hola puntualment. Sí que hem fet recerca per cada un dels e-commerce que tenim (tenim algun llistat de possible gent segons temporades, segons tipologia de productes, segons edat...), això sí. És a dir, si se'ns acosta una empresa i ens diu "m'agradaria fer publicitat amb influencers" no és que tinguem una base d'influencers i diguem "mira, doncs aquest...", no tenim res de tot això, ho fem des de 0, busquem a l'influencer ideal. Primer coneixem la marca al 100% i quan estem dins la marca busquem l'influencer ideal. També s'han d'entendre amb la marca, és a dir, hi ha d'haver feeling, no només producte, target i fora, no, si no hi ha feeling tampoc encaixa, perquè si la marca li ha de regalar una peça tampoc se sentirà còmode, sigui gran o petit l'influencer. Sempre creiem que hauria de ser així. Normalment accedeixen a treballar amb l'empresa, sí que cedeixen sempre que els regalis roba.

#### **Són tots instagrammers?**

La gran majoria sí, era tot per Instagram. No és que fossin per exemple youtubers o streamers, no, Instagram. Sobretot és Instagram i roba (Instagram - roba - Costa Brava), és a dir, tot girava per aquí. Semblava que no hi havia ningú que volgués influenciar amb roba d'hivern, tot és estiu, shorts, biquinis, boho chic, tot. Costa Brava i estiu 100%.

## **Preguntes:**

### **1. Com definiries als influencers de moda?**

No vull ser molt cruel, però si els he de definir jo, una mica superficials, és a dir, hi ha de tot, aquesta és la definició estàndard i genèrica, però si anem una mica més enllà hi ha una miqueta de tot. La definició d'influencers es basa molt en si són microinfluencers o macroinfluencers. És a dir, aquest grau de diferència també depèn molt de la marca que vol representar, és a dir, si jo tinc una marca i m'interessa que un influencer em representi primer hauré de veure si és microinfluencer o macroinfluencer i a quin públic va destinat perquè si no no em servirà. Com els defineixo? Depèn, si és un microinfluencer per una marca més local doncs segurament és positiu, ara bé, si jo sóc una marca local i vull anar a treballar amb un macroinfluencer segurament no em servirà de res, serà una relació purament de diners, és a dir, demanaran un ull de la cara, ho pagaràs i tindràs zero resultats perquè no acabarà d'encaixar.

### **2. Per què creus que és una bona oportunitat per a les empreses (per ex. de moda) contractar/utilitzar els serveis dels influencers (per ex. de moda)?**

Jo penso que és molt positiu contactar amb influencers sempre que sàpigues a qui anar a tocar la porta i en aquest cas ho analitzis molt bé, però crec que és una molt bona oportunitat perquè l'influencer té contacte directe i més personal que no pas una marca o una empresa, és a dir, si una empresa pretén fer-te publicitat o pretén vendre't alguna cosa és molt més fred quan parlem de moda (que hi ha moltíssimes marques, hi ha moltíssima roba i cada vegada en surt més). Al final si t'ho ven una marca doncs potser no t'ho creus tant com si t'ho ven una persona: la persona potser empatitza una miqueta més amb el client final (empatitza força més), la persona és real, és a dir, el concepte "empresa" potser no és tan real. Al final empresa en si sense persones no és res, per tant potser connecta molt millor una persona que no una entitat o una empresa que es digui x.

### **3. Per què creus que és una bona oportunitat per als influencers (per ex. de moda) ser contractats per a les empreses (per ex. de moda)?**

Depèn, és a dir, si hi ha una persona online a Instagram, TikTok... (digue-li x) que vol entrar en el món de l'influencer, que li agrada, que veu o que té sentiment de líder, és a dir, que la gent el/la segueix sense haver-ho provocat i voldria potenciar-ho, en aquest punt sí que veig que és una bona oportunitat. Per què? Perquè es pot guanyar molt bé la vida. Al final econòmicament pot treure'n un rendiment, no només econòmic, és a dir, també visibilitat. Pot ser una persona que si és honesta i treballa correctament els seus valors pot ser una persona influent de veritat, és a dir, sense tota aquesta part superficial que se'n parla tant pot arribar a ser una persona influent i això ajuda. Al final pot guanyar-se un sobresou o que el 100% del seu sou vingui d'aquí. Al final és com crear el teu propi negoci, no? Llavors a partir d'aquí pot crear marques de roba pròpies, pot ajuntar-se amb algú altre i crear una altra marca... pot fer les mil i una.

### **4. En resum, quin seria el benefici mutu d'aquesta cooperació?**

Jo crec que una bona relació ("comercial" en aquest cas), però inclús pot ser personal, és a dir, si tu com a empresa contactes a un influencer que té molts de contactes, molts de seguidors, i aquests seguidors són la gent que et compra els teus productes, per tu és molt beneficiós, perquè tu vas creixent i tens l'oportunitat com a empresa d'escalar el negoci, que cada vegada siguis més gran. A l'influencer

li passa el mateix, és a dir, si l'influencer veu que en aquesta botiga o que portant aquesta marca també creix, i de mica en mica va guanyant més i la marca li dóna més roba perquè la vengui o li deixa més roba perquè la vengui, doncs al final creixen tots dos. És una relació win-win (guanyar-guanyar). És a dir, que no només és un benefici econòmic diguem-ne, sinó també una mica de desenvolupament personal, i inclús en l'àmbit d'empresa també valors socials, humans, que moltes vegades l'empresa o l'entitat d'empreses pot entendre com molt més fred, més distant, en canvi quan hi posen un influencer o quan intenten ajudar-se d'un influencer per vendre tot és més humà, sembla que aquesta part humana ja baixa una mica més a la terra. Imagina't que hi ha un influencer de moda que li agrada molt la moda, però sostenible i s'ajunta amb una marca molt potent de moda sostenible: reafirma els valors d'aquest influencer i la marca també. És una mica aquest win-win.

**5. Treballes amb influencers? I amb influencers de moda?**

No, directament no. Hem fet alguna col·laboració petitona però amb grans gegants del mercat no. Hem tocat alguna peça, però molt local, no hem fet res a gran escala, poquets.

**6. De ser així, amb quin tipus d'influencers de moda treballes [nacionalitat (proximitat, del país, estrangers), edat, especialització (de complements, de roba), amb certes característiques físiques (altes, morenes, color de pell), idioma, estil (soft, sexy)], tipus (macro influencers, micro influencers...)?**

N'hi ha més o menys de dos tipus. Un dels tipus és "dona d'uns 30 i pocs, més o menys, resident a la Costa Brava (és a dir, és resident a la Costa Brava) que li agrada anar mona, vestir-se mona, però que a l'estiu és com si fes un canvi de xip i li agrada molt portar vestits boho chic (és com que a l'estiu per anar a la platja li interessa tot aquest estil boho chic, més modern, més despreocupat). És a dir, aquesta era una microinfluencer que ens va funcionar força bé amb un client molt local. Era una noia, 30 i escaig, nacionalitat catalana, però que la vam fer treballar en castellà perquè els clients (la gran majoria de clients de la marca per la qual vam contractar aquesta influencer) eren gent de Barcelona que residien aquí en segona residències a l'estiu i la gran majoria els hi parlaven en castellà, per tant volíem "pescar" gent de Barcelona que venia aquí i que comprés a la botiga perquè aquesta noia tenia aquests contactes. Llavors n'hi ha una altra que és una miqueta diferent: és francesa, nosaltres no ens hi vam comunicar directament en francès, ho vam fer a través de la clienta, que també és de moda, però en aquest cas són espanyoles, no és roba. Aquesta noia és francesa i tenia aquest gust per l'art, és a dir, és una persona que li interessa tot el tema d'arquitectura, l'art, tot aquest espai més mediterrani, més bohemí, una mica Dalí, però que té aquest gust visual, artístic, estètic... digui-li x, doncs que ens va funcionar molt bé per la marca d'espanyoles. Per què? Tenim una marca d'espanyoles fetes artesanalment i aquesta noia tenia molts de seguidors i tot aquest concepte més sostenible, artesanal, etc; doncs va encaixar molt bé, va funcionar molt bé. És a dir, aquests dos són els que hem treballat pel que fa a l'empresa.

**7. Quina estratègia creus que fan servir els influencers (per ex. de moda)?**

Jo crec que el que ells fan servir molt és el concepte del codi descompte, és a dir, treballen molt amb el codi descompte, ensenyen molt els unboxings (és a dir, veure el producte com si es meravellessin, com si de cop és Déu totpoderós que sortirà de dintre de la caixa, és a dir, de cop sembla que "uau, el producte de la teva vida!"), jo

veig molt això. Treballen sobretot amb codi descompte, moltíssim. Per què treballen amb codi descompte? Solen treballar amb codi descompte perquè les marques els hi diuen "posa aquest codi descompte perquè així veus (vas veient) quantes comandes t'arriben amb un codi descompte o amb un altre i pots valorar si un influencer et funciona o no et funciona. És a dir, si tu li has donat un codi descompte, per exemple, "hola 1" a un influencer i "hola 2" a l'altre, pots fer comparativa quan fas una campanya de quin et va millor, per això es fa. Normalment funcionen molt amb codis, toquen moltes portes i sempre hi ha alguna marca que els hi diu "sí, et regalo roba!", això també ho fan molt, i n'hi ha algunes que funcionen i n'hi ha d'altres que no, vull dir, tot és intentar-ho. Què fan més? Unboxings, jo crec, i reels, cada vegada més, cada vegada més vídeo. És a dir, ja no només veure a la persona (aquella part més humana), sinó veure-la en moviment i parlant, veure com queda la roba posada, quan es mou, no la típica foto de model estàtica que sembla que ni respiri. Com respira, com queda la camiseta quan la model respira i camina i es mou...

**8. Quina estratègia és la més efectiva pel que fa a màrqueting d'influencers (per ex. de moda)?**

Depèn del punt de vista. Si ho fas des del punt de vista de la marca, l'estratègia més efectiva és saber analitzar molt bé quin és el tipus de públic d'aquell influencer. Per exemple, imagina't que ets una marca de roba esportiva, local, posem una botiga de Girona, per exemple. Imagina't que tens una botiga de roba petita de moda esportiva a Girona i contactes amb l'influencer Patry Jordán (molt coneguda a nivell ara crec que mundial inclús pel tema de moda). Doncs clar, és una bona estratègia? Sí i no, depèn. És a dir, si pretens que la Patry Jordán et porti clientela a la teva botiga local de Girona ho tens una mica cru. Per què? La clientela de la Patry Jordán a Instagram són majoritàriament llatinoamericans perquè ella es comunica en castellà i si comparem quants castellans hi ha al món espanyols vs. llatinoamericans ens guanyen per golejada, per tant què és una bona estratègia? Saber molt bé quin és el públic del teu influencer, sobretot quin és. No que et vengui la moto i que et digui "sí, els meus són els barcelonins de Barcelona amb segona residència que els agrada l'estil boho chic", no, mostra-m'ho amb dades. És molt important que et presentin un informe inicial de tot complet i aquí ja veus amb un mínim d'ull si t'està venent la moto o no, si són dades reals o si ho podries escriure tu amb Paint, Photoshop o Word. Una estratègia és aquesta, i sobretot comparant, és a dir, pots fer la mateixa campanya amb codis descompte amb dos influencers i veure quin et va millor, així com a marca saps cap a on has d'anar tirant o quin tipus d'influencer et funciona més bé.

**És la que fas servir tu amb els influencers (per ex. de moda) amb els que treballes?**

No hem fet la comparativa entre dos perquè amb un vam fer una primera prova, és a dir, generalment per una primera prova el que fas és que li regales una peça de roba i li dius quantes publicacions vols, quants stories vols, quants reels vols, quan han de sortir, com, de quina manera ho ha de fer, de quina no... Clar, si no li pagues i és una relació col·laborativa te la jugues a si ho fa o no quan tingui la peça a casa, és així. És una bona estratègia? Sí i no, és a dir, a la primera potser no fa el que tu li dius, però potser sí que obtens resultats (a vegades la primera prova s'ha de fer "a veure que" i a la següent ja vas una mica més "a pinyó", per dir-ho d'alguna manera, ja estrenyes una miqueta més). També, si no ets una marca molt reconeguda o ets molt petitó o ets molt local, clar, l'influencer et dirà "bé, demanes molt, no pagues

res...". Hem de saber jugar. Amb la de boho chic (que era més local) no ho vam fer amb codi descompte, vam fer la primera prova: li vam donar una peça de roba i li vam dir "volem que publicis tantes stories i tants posts durant aquesta setmana" i vam valorar quants seguidors teníem abans que ella comencés a fer els posts i quants seguidors teníem després, quantes vendes teníem abans i quantes vendes teníem després i vam veure si havíem crescut o no. El % del que havíem crescut compensa el valor de la peça que li hem regalat? Si és més alt depèn, pot compensar, és a dir, el valor de la peça + pagar l'enviament (perquè li envies la peça a casa) pot compensar. Va compensar en aquest cas. No va ser extraordinari, però per ser una primera prova i una primera presa de contacte va compensar. I amb l'altre és una mica diferent: amb l'altre tampoc vam utilitzar cupons (descompte), tampoc vam fer comparatives perquè té una molt bona relació amb la persona que porta la marca en qüestió de les espadnyes, és a dir, es coneixen, tenen relació i la persona que porta aquesta marca d'espadnyes també és una mica influencer (no li agrada gaire sortir davant de càmera, però sí que té aquest aire que la gent el segueix). Vull dir al final l'únic que va haver de fer és posar stories i posar posts sense que nosaltres li diguéssim res i es va notar, vull dir, és que no havies de fer gran cosa. Que potser ella sí que era molt més adequada que l'altre. No li vam pagar, ja que és amiga de la creadora de la marca, vull dir, hi ha relació, és a dir, es mou en un entorn on vam tenir sort en aquest aspecte, va dir "ostres, jo tinc aquesta marca, però tinc una molt bona amiga que la segueix molta gent amb aquest estil, i si ho provem?" i nosaltres vam respondre "provem, endavant! Mira, li demanarem aquest post, dissenyem el post, dissenyem l'story, una mica el text, com ha de comunicar..." i va funcionar perfectament. L'estratègia que fem servir amb aquestes marques, amb aquests influencers, també dependrà del públic que tinguin. És a dir, si el seu públic (tant de la marca com de l'influencer) són comuns en algun punt, doncs tindrà una estètica en concret o penjarem tants cops per dia depenent del que faci el públic, és a dir, fem el que fem és en servei del públic d'aquestes dues parts, és evident. És a dir, l'error està a voler contractar la Patry Jordán si ets una botiga local de Girona i pretens que amb la Patry Jordán t'arribi gent que volta i passeja per Girona (perquè no t'arribaran), perquè quan la Patry penja la gran majoria dels seus seguidors no són gironins, són llatinoamericans. Al final és això, és a dir, sempre depèn molt, has d'encaixar el teu target (és el mateix que el d'aquest influencer? I aquest influencer vesteix la roba que tu tens a la botiga? Vesteix aquest estil?). Si tot això encaixa funcionarà, és a dir, si ho prepares bé pot funcionar, si es fa una bona relació pot funcionar, si no és fracàs total, 100%, perquè no té sentit.

#### **9. Quin consideres que és el públic dels influencers de moda?**

Depèn, no hi ha una generalització, és molt ampli això. A veure, actualment si parlem d'Espanya, per exemple, jo et diria que adolescents perquè cada vegada, quan vas sortint de l'adolescència, estàs menys a les xarxes: sí que te'n pots anar assabentant una mica, saps com està el món, però no estàs 24h o 12h enganxat, per dir-ho d'alguna manera. Jo crec que són adolescents, però penso (no sé si és veritat) però crec que cada vegada més són adolescents amb consciència, és a dir, ja no val "sóc influencer, segueix-me! Mira aquesta roba i tothom la compra", no, de què està feta la roba, d'on ve, quins valors té l'empresa i jo crec que cada vegada de mica en mica (falta molta feina, però de mica en mica) es preocupen més de com és la marca. És a dir, no només de l'influencer sinó les marques que aquest influencer representa, com són? Què venen? De quina manera està feta la roba? Jo crec que



va una miqueta més per aquí. Ja ho tinc clar, ho tinc clar: el més guai, el més cool i el que fa més postureig, però nosaltres veiem tendències però de mica en mica. Clar, és que és molt depèn, és que és molt depèn, vull dir sí que hi ha la tendència, és a dir, no és generalitzat ni una cosa ni l'altra, però nosaltres la tendència sí que li hem notat, és a dir, amb els inicis quan va sortir el boom dels influencers semblava que només eren els més famosos, els més top eren els que sortien a Tele 5 i després "feien un Instagram" i es vestien (la Susana o la Dulceida, etc.). Clar, nosaltres tenim la sensació que al principi era molt Dulceida i ara doncs hi ha molta gent que ja no és tant Dulceida i que diu "doncs potser la Dulceida no, potser hi ha alternatives", notem això, és a dir, no els més famosos.

**10. En cas que siguin adolescents, de quin tipus d'adolescent (de quin grup: edat, estudis, hobbies...) estaríem parlant?**

Jo crec que estan molt enganxats a TikTok, si no m'equivoco ha nascut el Twitch (va començar amb videojocs, però ara cada vegada és més vídeo)... Doncs jo crec que aquest tipus d'adolescents són gent 100% digital (o 1000% digital), que han nascut més enllà del 2.000, és a dir, del 2.000 per amunt, més que millennials ja, vull dir, han nascut amb el mòbil enganxat directament, es comuniquen per WhatsApp (100% WhatsApp), compren ràpidament i fàcil per Internet (no volen complicacions, volen les coses "per ahir", "pim pam"), tenen edat d'adolescent (de 12 a 19, més o menys, els més "tardíos" 19, per dir-ho d'alguna manera, encara es poden considerar adolescents), gent impulsiva, és a dir, de compra impulsiva, que "ai, m'agrada molt això, ho compro", també, jo crec que tenen aquest punt més impulsiu perquè les xarxes també ho han propulsat això, és a dir, ara des d'Instagram amb dos clics has comprat la peça de roba i jo crec que estan superestimats, per dir-ho d'alguna manera.

**11. Relacionat amb l'estratègia, en cas d'estar treballant amb un influencer de moda, cada quant publiqueu (com fragmenteu les publicacions i per quin motiu)?**

Generalment quan hem treballat amb ells el que fèiem era campanyes puntuals d'una setmaneta o dues i calculàvem dos-tres posts per setmana i dos-tres stories per setmana més o menys, depèn de la relació, és a dir, si no li pagues res i és més col·laboratiu i és una primera prova ets una mica més fluixet, dius "bé, jo et proposo això, però mira, fes una mica el que tu creguis", però va per aquí més o menys. Tampoc vols allargar-ho molt, és a dir, imagina't que hi ha un influencer que durant tres setmanes t'està dient tota l'estona que compris la mateixa marca, al final diràs "m'estàs venent la moto, ja no vull aquesta marca" i li faràs el senyal de la creu. Una setmaneta-dues, no fèiem gaire més.

**12. Feu servir una estratègia a les xarxes socials? Si és que sí, quina és?**

Fèiem servir xarxes socials: Instagram 100%, només hem fet Instagram. Pel que fa a campanya els hi dèiem que la nostra campanya volíem que dures dues setmanes i que cada setmana havien de publicar tantes stories i tants posts: generalment 2-3 stories i 2-3 posts per setmana durant les setmanes de la campanya, però normalment no allargàvem més de dues setmanes tota la campanya perquè al final et fas pesat, és així.

**13. En cas d'estar treballant amb un influencer de moda, esteu especialitzats en algun públic específic?**

No, perquè depèn molt del client final, és a dir, cada empresa, cada marca té un públic diferent, no és nosaltres com agència que ens especialitzem en un públic, sinó

que ens especialitzem amb ecommerce d'una tipologia, per exemple de moda, però moda pot entrar força tot. A veure, si és una cosa molt específica potser no encaixa, però els típics tòpics (estius, primaveres... genèrics, coses que no se'n vagin molt) no, sol entrar tot, és a dir, el client o el client específic no és nostre, és del nostre client, per dir-ho així. El públic depèn molt més d'ells (sobretot de la Costa Brava, de l'estiu ...). Generalment els dos que hem treballat un és estil boho chic, és a dir, que volíem atacar a gent de Barcelona (per dir-ho d'alguna manera), que tenen un nivell econòmic mig-alt, és a dir, que quan vénen de vacances doncs no s'estan de res si els agrada la roba, per dir-ho així, aixequen una mica l'economia de l'Empordà a l'estiu, i gent de ment oberta, és a dir, que vulguin vestir-se diferent, que es noti que estan de vacances, és a dir, que sembla que canviïn d'estil i llavors tenen aquella peça de roba guardada a l'armari tot l'any, i l'any següent se'n compren un altre, però és igual, ja se l'han comprada, ja són feliços. I a l'altra, pel que fa a espadnyes, també anem a típica gent de Barcelona amb segones residències, però també anem molt a França, perquè a França treballen molt el concepte més artístic de les coses, més artesanal, aquí a Espanya molta gent va pel preu, aquí a Espanya solem comprar molt a preu, regatejar, descompte, és a dir, aquí el públic espanyol funciona molt pels descomptes, sembla que si no et diuen la paraula gratis o descompte no funciona. Doncs a França sí que va així però no tant. El públic francès té més aquesta delicadesa: si li vens una mica aquesta història, si és real, si li expliques bé, sol funcionar bé i t'ho compren també. El tipus de públic al qual ens dirigim en una campanya amb influencers dependrà de l'empresa que ens hagi contractat i del tipus d'influencer i del públic d'ambdós, nosaltres no és que ens dirigim normalment a un tipus de públic en concret, així és. És a dir el nostre target no són sempre els barcelonins, no, el nostre target sempre serà el target del client, és a dir, nosaltres com agència no és el nostre target, aquest concepte no existeix. El target sempre serà de la marca, el target sempre serà del client, és a dir, si el client ven roba per gent tipus barcelonins, el target és barcelonins, si el client ven roba per gent tipus adolescent de 12 a 19, el target serà adolescent de 12 a 19.

**14. Relacionat amb l'estratègia, com escolliu el contingut?**

Depèn, és a dir, si fas una estratègia a final de temporada, el producte que vols que surti és el que et vols treure d'estoc, és a dir, aquella última talla, aquella cosa que no s'acaba de vendre, que no hi ha manera, no perquè sigui lleig o dolent o el pitjor, no, perquè s'ha venut menys pel que sigui, doncs intentes treure't estoc. Això seria una manera de treballar-ho. I l'altra manera, combinació, per exemple, un dels productes que es ven més combinat amb el producte que es ven menys. Per què? Perquè si el que es ven més la gent sembla que l'atrau, a veure si també incentivem la compra del que s'està venent menys.

**15. Relacionat amb l'anterior, quina és la temàtica del contingut, és a dir, quins criteris compleix?**

Sí, és a dir, si anem dirigits a gent de Barcelona amb segona residència a la Costa Brava que es porten aquest vestit quan van a la platja, la foto ha de ser típica persona dona de Barcelona a la platja amb el vestit, tant sí com no. Intentem que no sigui la peça de roba solta, intentem que la porti una model en una situació real de com quedaria si el client final ho comprés, sempre. I si podem fer vídeo, millor. És més natural (els reels també).

**16. Relacionat amb les anteriors, quin és el format del contingut (aneu més per imatges, vídeos, text, temàtica, demaneu feedback del públic...)?**

Imatges però també més vídeos. Fem imatge i vídeo i també fem campanya publicitària, és a dir, tu pots publicar "orgànic" que es diu, és a dir, tu pots penjar un post i ja està, o pots publicitar amb inversió econòmica aquest post perquè arribi a gent de Barcelona d'unes característiques determinades, a gent de França d'un perfil determinat... Això es pot fer amb xarxes socials, i el que fas és incentivar i que aquella publicació la vegi la gent que tu vols. És visual 100%, quan és moda és visual, la gent vol veure com queda, si no ho veuen visual ja els pots explicar la Bíblia que ha de ser visual i amb un enllaç a la pàgina web per si volen saber més que mirin tranquil·lament, que llegeixin la història, els valors de la marca, que contactin i facin el que hagin de fer, però que ha de ser atractiu visualment, si no no funciona. És a dir, no tant que comentin el post o que facin preguntes, sinó més directe cap a la venda, la compra. Quan treballem amb influencers volem compra directa. Sí que se'ns ha acostat algun cop algú i ens ha dit "vull establir una relació més forta amb els meus clients, amb el meu públic...", això sí, però clar, primer han de ser clients i quan són clients ja valorarem si influencers és una bona estratègia o no.

### **Preguntes adolescents:**

#### **1. Tu què creus que els adolescents valoren en un influencer?**

Depèn, si jo pregunto als adolescents que ja els ho he preguntat diran els valors de marca, si ho preguntes tu potser diran altres coses. Jo crec que valoren que estigui a la moda i que faci servir el seu llenguatge (col·loquial), és a dir, que no sembli una persona que vol ser jove o que es vol fer la jove (si ets jove ho ets, si no doncs no), vull dir, que es noti que estàs en el mateix rang d'edat, en el mateix sistema, que parles el mateix llenguatge, que si algú et parla dels típics balls de TikTok i ets adolescent doncs els entendràs, però si t'ho diu la teva mare, la teva germana gran o el teu germà gran ja no els entenen, doncs que no pretenguin que sigui el germà gran que intenti apropiarse a ells. Jo crec que valoren que estigui a la moda, que parli el seu llenguatge, sobretot que no els vengui la moto, és a dir, no val "avui em vens Nike i demà Adidas" quan són competència, això sí que no, vull dir, t'ensorren a la tomba. Tot això no ho sé perquè ho he vist 100%, però dins l'agència tenim un nano "adolescent" que ja ha passat l'adolescència, però està molt posant en influencers, és a dir, jo no sóc 100% la que hi tracta, jo gestiono, coordino l'equip, etc; i si he de parlar amb ells hi parlo, però el que està més al món, sap qui són els famosos i l'últim dia és un membre de l'equip, l'Ivan, i té vint anys, vull dir, millor que ell no hi ha ningú per saber com està tot. Ens ho explica tot, li preguntem coses, vull dir, ens diu com està tot, ens posa al dia... al final també és la seva feina, és a dir, és l'encarregat d'influencers i és ell que ha d'estar a l'última, vull dir, si jo he d'estar a l'última de tot és impossible, no es pot.

#### **2. Quina creus que és la dieta de mitjans dels adolescents respecte al seu consum del contingut d'influencers de moda [cada quant, dispositiu, hora, per què (motiu), xarxa social/xarxes socials]?**

Mòbil tot el dia (al lavabo, a la cuina, a la universitat, al sofà... mòbil 100% tot el dia) i jo crec que sobretot miren TikTok cada vegada més i Instagram si són adolescents grans, si són adolescents petits, jo crec que ja es comencen a avorrir. Miren moltes més stories o reels que no pas posts, jo crec que no publiquen tant ni miren tant els posts i potser sí que fan cert espionatge, és a dir, qui és aquest, què fa, i "ai mira, i aquesta marca"... jo crec que descobreixen molt noves marques, nous influencers,

noves tendències i modes investigant. Jo crec que estan moltes estones "ai mira aquesta marca, i mira l'altre, ai i aquesta també és xula", perquè d'una van saltant a l'altra, jo crec que va per aquí. Jo crec que ho miren cada dia, sí, és a dir, pel que fa a perfil han nascut amb el mòbil al cul, enganxat, vull dir, han nascut en l'era digital 100%, estan pendants del mòbil tot el dia, jo crec.

**3. Creus que els adolescents confien en l'opinió dels influencers (per ex. de moda) que segueixen (recomanacions de productes/serveis, per ex. en els consells d'estil, imiten el seu estil, de qui...)?**

Jo crec que n'hi ha que sí i n'hi ha que no, és a dir, si no és un influencer molt i molt famós, jo crec que hi poden confiar més al principi a menys que els hi demostrï el contrari, però quan és molt famós potser tenen certa desconfiança més al principi fins que no acaben d'entrar una mica i veuen "d'acord va, potser sí que és vàlid" o fins que la resta dels seus amics li diuen "que va!, si és vàlid, si ho fa molt bé, si és de veritat!".

**4. Creus que els adolescents han comprat res que els hagi recomanat un influencer (per ex. de moda)?**

Jo crec que sí, a veure, no et puc dir 100% amb certesa, però crec que molts d'ells sí, jo crec que sí. És a dir, si no, possiblement seria una indústria que fa fallida, és a dir, no en sortirien més: si la tendència marca que si en van sortint més d'influencers senyals que funciona, és a dir, senyals que la gent sí que compra, i un dels més compradors, o la tendència, és que si no ho fan els adolescents no ho faran els altres tampoc, és a dir, si ells que han nascut amb l'Internet ja posat no ho fan, doncs encara menys ho faran els pares, per dir-ho d'alguna manera. Per tant, jo crec que sí.

**Creus que solen comprar d'acord amb el que els recomanen aquests?**

Depèn molt del perfil, és a dir, jo crec que potser més noies que nois, jo crec que les noies potser et diria que solen comprar més en general, tant si els hi recomanen com si no, que els nois, jo crec que sí. És impossible fer generalització, però jo crec que sí, més noies, però, sobretot amb moda i complements, és a dir, coses més impulsives i "barates". Què vol dir barates? Que no és una dessuadora específica, un jersei molt específic que valgui 60 euros, potser és alguna cosa més com arracades, o la bossa de mà complement de 13 euros, etc; doncs "pam, comprar", jo crec que sí. És a dir, jo crec que diran "oh, m'agrada aquest estil, vaig a comprar alguna cosa que s'assembli a això, però potser aquest mateix producte no perquè o és molt car o el motiu que sigui, crec que va més per aquí, és a dir, potser el producte 100% no, però s'inspiraran, entendran quin és l'estil i diran "ei, em mola, m'agrada com vesteix" o combina bé, o aquest complement m'agrada, o aquesta dessuadora queda bé amb la meva roba, a veure aquesta?... però quan entren a veure aquesta en descobreixen 30.000 més i acaben escollint la que volen. Ara bé, si aquella dessuadora llavors la porten tots els influencers del món mundial i tots els teus amics, potser acabes caient, però si no jo crec que tenen personalitat suficient per dir "doncs no, jo vull la blanca o la negra o la vull amb butxaques o amb cremallera", per dir-ho d'alguna així. És a dir, el mateix producte no, alguna variant o algun derivat. Jo no crec que comprin sovint el que recomanen, jo crec que no perquè no tenen edat per treballar, per tant econòmicament o els hi regala el seu pare o fan el que poden, miracles no poden fer, per tant sovint jo crec que no, puntualment sí, però sovint no. I comprar el que recomanen sí, però potser no el producte exacte: potser descobreixen el producte, però el descobreixen en un estil i

diuen "no m'agrada aquella bossa de mà, però vull una bossa de mà tipus això" o "no m'agrada aquesta jaqueta, però vull una jaqueta tipus això", jo crec que va més per aquí.

**Creus que l'opinió d'un influencer (per ex. de moda) ha influït en la seva decisió de compra?**

Jo crec que sí, que pot influir, és a dir, no compraran tot el que aquest influencer compri, però sí que si tenen dubtes doncs potser buscaran gent reconeguda què en diu, és a dir, si jo estic seguint 3 influencers que sé que més o menys vesteixen igual o que els hi agrada el mateix estil, doncs potser vaig a mirar què opinen d'aquesta roba, o d'aquesta sabata o del que sigui en l'àmbit de moda. Jo crec que sí, ja no tan només de l'influencer, és a dir, avui en dia la tendència és si ho traiem fora de la moda, el TripAdvisor, els usuaris, quan volem llogar una habitació, etc; cada vegada està més demostrat que el que es fa és primer mires les fotos (habitació, lavabo) i llavors opinions: mires l'habitació, el lavabo i les opinions, és així, per tant jo crec que sí, és a dir, ja no només els adolescents i no només en moda, crec que és una cosa generalitzada, vull dir que sí, i si una persona influent per tu et recomana alguna cosa jo crec que sí. No ho compraràs tot evidentment perquè hi ha macroinfluencers que cada dia et recomanen un producte dius "a veure, no estaré cada dia comprant tampoc", però no, jo crec que en aquest aspecte tenen personalitat pròpia, és a dir, imitar no, però sí que estaran a la moda i a la tendència i si algun els hi agrada sí que el compraran, però imitar per imitar perquè el vegin com un ídol, no, per dir "oh, tu et compres aquesta jaqueta, jo també la vull", no: jo la vull si m'agrada la jaqueta, no perquè te la compres tu, però crec que els ajuden a veure quines són les últimes tendències sense ni esperar-ho ni buscar-ho doncs ja són gent que els hi expliquen, per dir-ho d'alguna manera, les últimes tendències i jo crec que si els hi agrada ho compren i si no doncs no. És a dir, que els serveix com d'inspiració d'estètica, d'estil, de "lifestyle", jo crec que sí.

**5. Com creus que els adolescents es poden haver sentit/es poden sentir quan han vist/veuen que un influencer (per ex. de moda) està fent publicitat (cap problema, bé, els és igual, molesta, massa directe, constant, cansant...)?**

Jo crec que hi ha una mica de tot, però que cada vegada més la publicitat comença a ser més molesta, és a dir, quan veuen el missatge de sota de "publicitat" diuen "uf", és a dir, ha de ser un producte que o els atraiu molt i molt visualment o el seu cervell desconnectarà directament només de veure publicitat. Crec que n'hi ha tanta que estan avorrits. Jo crec que no, que el seu cervell desconnecta, que a la que veuen que és publicitat no, a menys que sigui un producte que cridi molt l'atenció o un vídeo diferent que els hi faci un "boom", és a dir, que sigui diferent. Si és un vídeo molt ben treballat i és diferent, si es queden més de 3-5 segons mirant-lo potser hi ha més possibilitats, però si no, a la que veuen publicitat jo crec que "adéu".

**6. Els influencers (per ex. de moda) que segueixen tu creus que recomanen productes/marques cars o barats?**

Clar, és que hi ha de tot, és a dir, depèn. Si els teus adolescents són els fills dels futbolistes, per exemple, doncs clar, ja pots tirar preu alt perquè ja t'ho pagaran, és a dir, l'adolescent no t'ho pagarà però el seu pare sí. En canvi, si vas a adolescents, gent amb ingressos mitjans, és a dir la classe mitjana, l'estàndard (és a dir, ni els rics ni els pobres, classe mitjana), jo crec que si vas a un producte car no te'l compraran, jo crec que no. A menys que sigui una moda globalitzada, és el que deia abans, si és una moda globalitzada que ara estan de moda els pantalons acampanats, "totes" les

noies (60%-70%) aniran amb pantalons acampanats, un dia o altre acabaran caient totes. Però a menys que sigui això jo crec que no, si és car no t'ho compraran, i menys ara, amb crisi, amb Covid-19, amb tanta gent sense feina, perquè els adolescents no treballen o no poden treballar i per tant els seus pares no els hi estaran pagant tota la vida tot. Per tant no, jo crec que si són cars no ens en sortirem. Pot ser que segueixin a influencer de moda un pèl més cars per inspiració, això sí, els hi agrada molt "ai mira que xulo, ai mira que x", etc; però fins que no tinguin els diners o comencin a treballar doncs no s'ho podran comprar. No crec que comprin exactament el mateix producte, jo crec que no, jo crec que miren l'estil, "m'agrada aquest producte" però cliquen com si el volguessin comprar per saber-ne més, però entren a la web, investiguen i veuen que n'hi ha milers i diuen "doncs m'agrada l'altre", per exemple. No, exactament el mateix jo crec que no. S'inspiren, agafen tendència i busquen una cosa similar si els hi convenç. És a dir, que segueixen a tota mena d'influencer: alt estàndard, baix estàndard... jo crec que segueixen a tota mena (de més famosos, de menys famosos) per agafar idees de tothom i fer-se una mica una idea de què els agrada i què no.

**7. A quin tipus d'influencers (per ex. de moda) creus que segueixen [nacionalitat (proximitat, del país, estrangers), edat, especialització (de complements, de roba), amb certes característiques físiques (altes, morenes, color de pell), idioma, estil (soft, sexy)], tipus (macro influencers, micro influencers...)?**

Jo crec que molt és castellà per molt que estiguem a Catalunya, és a dir, si anem a un públic 100% català (independentista, etc.) jo crec inclús que també segueixen en castellà perquè estem a Espanya i la gran majoria d'influencers o la gran majoria de xarxes socials o bé són en castellà o inclús en anglès, et diria (en anglès que sembla tot més cool, més guai, més fashion, que hi ha marques molt diferents del que hi ha aquí a Espanya, marques estrangeres, americanes, diferents). Jo crec que sobretot castellà i anglès. Pel que fa a la mida dels influencers jo crec que segueixen una mica de tot, és a dir, possiblement es va començar a seguir molt a macroinfluencers perquè n'hi havia pocs i destacaven els famosos i aquí és on va començar tot, però de mica en mica també han anat apareixent els influencers més propers. Jo crec que segueixen de tot: primer els grans i llavors petits. Pel que fa a homes o dones els nois déu-n'hi-do també, potser els nois més que influencers homes seguirien a marques més que a l'influencer en si. Jo crec que segueixen a la marca i després veuen si hi ha algun influencer, però les noies sí, 100%, 10.000 vegades més, però els nois cada vegada puguen més, també, pel que fa a cuidar-se, de moda, de vestir... jo crec que està canviant força, inclús molt.

**8. Creus que algú els ha recomanat als influencers (per ex. de moda) que segueixen?**

Jo crec que sí, o els van descobrir de zero, les dues coses. Jo crec que a vegades ho descobreixen de zero (investigant per Instagram, investigant per TikTok, gent que vesteix amb estil, gent que els hi agrada com queda...), és a dir, van al lloc d'Instagram "explorar", passen l'estona esperant el bus o semblar i descobreixen a gent que vesteix bé, i arran d'aquí diuen "ep, m'agrada aquest estil, el seguiré", però després un per l'altre (en l'àmbit d'amics i coneguts i saludats) jo crec que també s'ho diuen "ei mira, ostres jo segueixo a aquesta" i "jo també, i tu?", o "ah doncs mira a mi m'agrada l'altra" i "ah doncs mira aquesta és igual o similar!", jo crec que hi ha les dues parts.

**9. Creus que coneixien d'abans als influencers (per ex. de moda) que segueixen (mitjans de comunicació tradicionals, entrevistes, d'algun vídeo, d'algun altre influencer...)?**

Jo crec que a través d'un altre influencer (potser et diria més: entrevistes en programes d'aquests diferents com l'Hormiguero, és a dir, a vegades fan coses diferents i pot ser que sí que algú ha fet una entrevista a l'Horimguero o al Late Motiv, és a dir, si és per televisió jo crec que és programes d'aquest estil, que parlen de coses una miqueta diferents que no és tanta notícia 100% ni documental ni res de tot això).

**10. Creus que els adolescents en seguir a influencers (per ex. de moda) hi busquen res (model a seguir, consells, inspiració, companyia, marques de moda...)?**

Jo crec que busquen inspiració d'estil, de manera de vestir, sobretot això. Companyia no ho crec, perquè crec que tenen una vida social força activa i ja tenen els amics de l'institut, de classe, d'activitats extraescolars... Jo crec que a escala social estan actius i coberts en aquest aspecte. Més que companyia et diria sentir-se identificats, dir "ei, m'agrada aquest estil, vull vestir així" o "uau, m'agradaria començar a vestir així, mira que xulo", més això, sentir-se identificat o "m'agraden aquestes vambes, mira com queden" o "mira combinades d'aquesta manera". Més estil, inspiració i estètica, companyia crec que no. Jo crec que els nois potser hi busquen més marques de moda en concret perquè jo crec que com que hi ha tanta roba de noia (o sempre s'ha dit que hi ha més roba de noia que noi), la roba de noia a vegades no és tant de marca perquè sigui maca, estètica o estigui de moda, en canvi la roba de noi sembla que si no té marca no és tant cool o no és tan potent o a la moda, per tant jo crec que els nois sí que miren més marques i les noies no. Jo crec que si queda cuca, queda bufó i queda bé i és com jo vull m'ho compro. Jo crec que busquen marques molt polivalents, que els permetin anar amb diferents estils, és a dir, que tu et puguis posar una dessuadora amb talons, amb vambes... una mica més formal i informal alhora, és a dir, que puguis anar ben bufona i arreglada, però a la vegada una mica despreocupada i que puguis anar "ben tirada", per dir-ho d'alguna manera, "doncs avui vaig amb xandall i vaig més esport, més chic", va per aquí. És a dir, al final és una cosa que sigui més combinable, que t'ho puguis posar amb diferents outfits, per dir-ho d'alguna manera. Per exemple Zara, Bershka i Stradivarius o Gucci, Prada i Chanel si anem als futbolistes, doncs un mix. És a dir, jo et diria que fills de futbolistes adolescents voldran el complement Gucci, però són capaços de portar-lo perfectament (la bossa de mà Gucci, per exemple) amb una dessuadora del Zara, les vambes Fila i uns texans, i que amb estil quedi bé. I la filla de dos funcionaris de classe mitjana que va a un institut públic també seguirà una marca de moda molt cara o a un influencer de moda molt car, jo crec que sí que els segueixen; comprar-la, si el seu pare li compra insistirà fins a l'avorriment fins que li compri, això també, però si no, quan comenci a treballar s'ho comprarà (no s'ho comprarà tot, però el complement o una coseta potser sí), però que no serà la tendència. La tendència serà comprar una cosa cara, 2 si m'escures, és a dir, molt cares, i poder-ho combinar amb diferents estils. Una cosa és el que podran fer i l'altre és la que els agradaria: jo crec que el que els hi agradaria és "m'agrada això, ho vull, fi", però també han de tocar de peus a terra. Potser aquest és el motiu pel qual els segueixen (per inspiració, per estètica, aspiració, "vull això, m'agradaria..." o "vull aspirar a").

**11. Què creus que els aporten aquests influencers, seguir a influencers (per ex. de moda)?**

Jo crec que 1. Perquè els agrada la moda 2. També per ser reconeguts socialment, és a dir, que en el seu entorn si segueixen aquest, l'altre i l'altre sembla que estan a la moda, sembla que tothom parla el mateix llenguatge, que no estan fora, és a dir, sembla que estan al que es porta, potser. I per altra banda inspiració, és a dir, crec que són usuaris molt preocupats per la imatge i no només seva, és a dir, global, per l'estètica de les coses, que cada vegada els agrada més la fotografia, aquest espai més visual que el fet de publicar a les xarxes socials els agrada: que les fotos quedin bé, quedin maques, crec que també tenen aquesta estètica pel que fa a càmera i visual. És a dir, que valoren l'edició de la imatge, la composició, el color, l'estil, l'estètica... No només ells i elles estèticament i de vestir, sinó el seu compte (el feed), la seva xarxa... els agrada sentir-se a gust i bé amb tot això. El feed per exemple: un feed ben treballat funciona més amb adolescents, 100%, és a dir, no és que tinguin més gust, és que han vist més coses, fa molt més temps que estan dintre d'Instagram i de TikTok veient com es fan les coses que potser una persona que no ha nascut "digital", que d'aquí que ho entengui, o s'ubiqui, o ho vegi de la mateixa manera o tingui la mateixa sensibilitat doncs li costarà anys llum, li costarà molt més. A partir d'això és més difícil atraure els adolescents perquè són més estrictes en el que volen veure i cada cop volen més, per tant amb la publicitat el seu cervell desconnecta immediatament, és a dir, si en 3 segons ets incapaç de fer un boom, a menys que sigui el producte de la seva vida, que sigui una tendència mundial que es porta a tot arreu, costarà molt arribar a ells. Cada vegada costa més, per què? Perquè cada vegada hi ha més empreses que també volen arribar-hi i ells s'atabalen. És que al final tot publicitat diu "a veure, sóc alguna cosa més que només m'enviïs publicitat perquè et compri?". Cada cop costa més enganxar als adolescents tant per part dels influencers de moda com també per les marques, per això l'influencer funciona millor també, perquè a vegades no cal que posi el cartell de "publicitat", al final l'influencer ho pot fer diferent: fa un reel, no és publicitat i comunica igual; fa 10 posts, potser no és publicitat pagada i comunica igual. Ja no és Nike que comunica, ja és la persona. Dius "sí, mireu el tacte de... o el material del teixit de la peça", per exemple: si els adolescents no veuen que posi "contingut promocional" o semblar potser diuen "ah, potser és la seva opinió". No són ximpls, és a dir, ja ho saben, però a vegades per això funcionen tan bé els microinfluencers, perquè no són tan coneguts, és a dir, què passa aquí? És el peix que es mossega la cua: quan hi ha influencers que són molt coneguts les marques van a tocar la porta a aquests perquè tampoc coneixen els petits, no saben qui són perquè són poc coneguts, per tant les marques no els contacten. Clar, fins que un petit no comença a fer-se notable la marca pot anar-hi i no semblarà que li està venent la moto a l'adolescent. Per què? Doncs perquè és petit, perquè té valors, perquè aquest influencer dirà "tu, aquesta marca sí, però tu, aquesta marca no", és a dir, "tu que ets aquesta marca i vols treballar en una col·laboració d'influencer amb mi, com que no tens els meus valors, doncs no" perquè els microinfluencers també es preocupen, és a dir, no ho recomanaran tot, si és una marca que no encaixa amb ells diran que no. Són més propers, no és alt standing (perquè ens entenguem), és una cosa més estàndard, normal, classe mitjana normal.

**12. Per què creus que van començar a seguir a influencers (per ex. de moda) (què creus que els va atraure d'ells: el físic, l'edició i composició de les imatges, la**



**roba/complements, algun talent, la seva personalitat, perquè un amic el segueix...)?**

Perquè es va posar de moda, va fer un pet com un aglà com la Dulceida [estava de moda i tothom havia de seguir a la Dulceida a veure qui és, és a dir, primer jo crec per curiositat "a veure què és això, a veure qui és la Dulceida" (qui és, què fa i què deixa de fer) i després ja estàs enganxat]. Al final és xarxa social, pantalla, mòbil i ja està, ja hi ets.

**13. Per què creus que els segueixen seguint (segueixen tenint les mateixes característiques que buscaven al principi, o ells han canviat, però encara els segueixen per x motiu, quin?)?**

Jo crec que a alguns potser els segueixen seguint perquè no pengem molta publicitat i tampoc el veuen gaire i ja els va bé (potser ni se'n recorden que el segueixen), i a altres doncs perquè els segueix agradant el que pengem, és a dir, jo crec que són molt estrictes amb el fet que si no m'agrada o m'atabales et bloquejo. Vull dir, jo crec que si segueixen seguint-los és perquè volen, perquè els agrada. Se senten identificats amb el que diuen, si no adéu directe.

**14. Què creus que els agrada més del que publiquen els influencers (per ex. de moda) que segueixen?**

Jo crec que els agraden molt els unboxings i veure què s'ha comprat i com queda, és a dir, què és, com queda i sobretot a on ho has comprat, pregunten molt a on. Això passa molt amb noies, que potser no compren tanta roba pel que fa a marca, no cal que hi hagi la marca (pot ser marca blanca, però de botiguetes cuquis, mones) i veus moltes preguntes (als comentaris) com "on l'has comprat? Quina botiga de moda és? Es pot comprar online? Encara en queden?". Vas veient aquesta tendència.

**15. De quina xarxa social són els influencers (per ex. de moda) que segueixen els adolescents?**

Jo crec que els comencen seguint per exemple a Instagram (clar, el boom dels influencers va començar molt amb Instagram en l'àmbit de moda perquè és molt visual, és molt gràfic, molt estètic, i va començar amb fotografia i amb Instagram) però jo crec que després els busquen a les altres xarxes (potser a TikTok) per veure què pengem i com és el seu dia a dia, per veure una mica les dues parts, és a dir, l'estètica a Instagram, però ella o ell com a persona com és, què penja i quin humor té o com viu la vida a TikTok. Transcendeixen més enllà de l'estètica que els hi estiguin oferint o la inspiració a l'hora de vestir, s'interessen per la seva vida (no tant pel seu dia a dia perquè crec que els és força igual, sinó com és la manera de viure, és a dir, el seu lifestyle): no si va a anglès a les 10 o no estudia o no treballa (crec que això els hi és rotundament igual), però sí què compra, què no compra, què fa, què li agrada, què publica... entreteniment total. És a dir, com és aquesta persona: fa riure? M'entreté? M'avorreix? Potser per curiositat per la seva vida personal (la casa que té...) i xafarderia, vull dir, passar l'estona, xafardejar una mica, curiositat...

**16. En què creus que es fixen en un influencer (per ex. de moda)?**

Com és aquesta persona, què fa, què no fa, què publica, quines marques recomana o d'on treu la roba, és a dir, quin estil porta, com li queda la roba... Jo crec que es fixen molt en com li queda la roba perquè "jo vull que em quedi igual", per exemple, "aquesta camiseta queda així", d'acord, queda així en aquesta persona, vull dir quan t'ho posis tu potser no et queda igual, potser et queda millor, potser et queda més ample, potser més estret... però jo crec que miren molt com li queda la roba i què penja, però per entreteniment. És a dir, que potser van començar a seguir-los

merament per estètica (perquè tampoc els coneixien) i potser després s'han interessat més (per curiositat o per avorriment...) en la seva vida o si els fa riure, si són guais, la seva manera de fer, el seu lifestyle, a on va a dinar, a quins restaurants va, a quines botigues compra, què fa... però no el seu horari o si treballa o estudia... això no. Però si els van començar a seguir perquè els agradava l'estètica encara s'interessaven per això, no és que han passat a tenir una relació més "és com un amic per mi", això no.

**17. Per què creus que segueixen a influencers (per ex. de moda) (proximitat, similituds, aspiració, estètica, interès en la seva vida, curiositat, avorriment...)?**

Al final a vegades és per recomanació, per sentir-se identificats, perquè els agrada saber quina és l'última moda, el seu lifestyle, quines tendències hi ha, com es vesteix la gent avui o què es porta o què es portarà...

**18. Si no en segueixen, per què creus que no ho fan? Quina opinió creus que tenen d'ells? Quin és el seu punt de vista?**

Perquè els veuen superficials, falsos i que tot el dia promocionen productes. Potser per falta de valors, és a dir, que potser és molt consumisme i també hi ha aquesta altra part, aquesta altra tendència de gent que no és que estiguin en contra dels influencers, però s'ho miren una mica més i potser els agraden més els microinfluencers pel que fa a valors que no tant en l'àmbit de "compra'm, producte", crec que va més per aquí. És a dir, jo crec que l'opinió que tenen dels adolescents que segueixen a influencers de moda és que són més superficials. Potser als adolescents que no segueixen influencers de moda sí que els molesta que estiguin promocionant productes i coses semblants i en canvi a una altra persona que realment els segueix per això tampoc li importa (a menys que no sigui una metrallada constant). Jo crec que si no és una metrallada constant passen del post i ja està, no els molesta, però tampoc s'hi fixaran molt, és a dir, si és constant els acabarà molestant, si no, no. Ara bé, els que ja no els agrada en veuen un i jo crec que posen el crit al cel, s'atabalen més d'hora.

**19. Quins creus que són els seus influencers (per ex. de moda) preferits?**

Jo crec que la Dulceida té molt de poder. N'hi ha una que no és ben bé de moda, però que la segueix força gent que es diu Trendy Taste, després hi ha Love Tourism (no és tan de moda, però sí que és una mica lifestyle: menjar, turisme, viatges...), i llavors la Laura Escanes, després la Sara Kibum, la Goicoechea i la Patry Jordán, que aquesta bàsicament la coneix tothom.

**20. A quins influencers (per ex. de moda) creus que segueixen?**

A aquests. Jo crec que els segueixen, però que no obren el seu perfil activament a veure què ha fet. Posen "seguir" perquè crec que diuen "poso seguir perquè ja estic a la moda i si penja alguna cosa ja m'assabentaré". Vull dir, al final si l'estic seguint, si penja alguna cosa, ja m'assabentaré. Puntualment sí que el poden anar a veure al perfil (per inspiració, per tendència, per veure el feed...), però a part d'això, no, de "a veure què ha fet avui aquesta influencer?" jo no ho crec, crec que tenen altres coses a fer.

**21. Els adolescents que segueixen a influencers de moda, quan surt un producte nou que els interessa, en quin grup de la corba de consum creus que s'identifiquen?**

Depèn. Per exemple, si m'hi poses un descompte i una oferta de "només tantes unitats" o "només avui", early adopters, es tornen bojós. Ara bé, si no hi ha

descompte i és una cosa una mica més "obert" ("mira, ha sortit aquest nou producte!") i ja està (que no passa res més) doncs hi haurà alguns d'un % d'early majority, i llavors els que van una mica més endarrerits perquè no estan tan enganxats, però que també tenen tendència a comprar serien els late majority, crec que es repartiria aquí. Ara bé, quan hi ha descompte, o urgència, o "només tantes unitats" o "primer els vips", és a dir, "tu que ja em segueixes, només els que estigueu subscrits a la meva newsletter o al meu canal o al meu x", early adopters total, si no, doncs mig-mig entre els altres dos. És a dir, si es posa de moda un producte no crec que siguin early adopters, jo crec que early majority, potser un pèl early adopters (n'hi haurà uns quants), però la majoria jo crec que early majority. Quan comenci a ser volada diran "d'acord va, doncs ho compro".

**22. En quin grup de VALS creus que tenen els adolescents que segueixen a influencers de moda?**

Jo crec que hi ha un % d'Innovators, que els agrada ser cool i dir "mira que guapo que sóc i quin tipus tinc", al final és "mira que guai" i "bua, això està a la moda i ja ho tinc, sóc el més top del món perquè ho tinc abans que ningú". Llavors n'hi ha uns que són achievers, que seria "jo també ho he aconseguit", "ei jo també el tinc!". Jo crec que aquests dos: uns quants innovators i achievers de "jo també ho tinc", jo et diria aquests dos. Experiencers no el tinc clar, potser un % molt baix (seria el més baix) i a la resta no els hi acabo de veure. Clar, també depèn molt del tipus de producte, del tipus de campanya... però en general jo seria el motivat que ho vol al moment i que és el més guai del grup perquè l'ha comprat més aviat, i tots els altres que volen aquesta aprovació social diuen "bua, doncs jo també ho tinc" i ja està, vull dir, jo crec que va per aquí.

**23. Finalment, quin tipus de relació creus que tenen els adolescents amb els influencers (per ex. de moda) que segueixen (són els seus ídols, els seus models a seguir, merament entreteniments i inspiració)?**

Jo crec que vincles emocionals i profunds zero, a menys que el coneguin personalment crec que zero. Per entreteniment sí, però jo crec que també per tendències de moda, és a dir, potser no es posaran la mateixa jaqueta, però si es porten jaquetes bombades doncs ja sortirà algun model al Zara o derivats i tothom anirà amb el model del Zara o derivats bombat. No me'n recordo quina noia era, però hi va haver una peça de roba del Bershka em sembla que la va portar una noia i en 24h estava esgotada. Vull dir, és allò de la compra compulsiva, és a dir: surt una noia, porta una peça del Bershka blava (em sembla que era una camiseta blava o un jersei blau) i va durar 24h, se'ls va esgotar de tots els "Bershkas". Doncs aquest punt superficial que et deia jo crec que zero relació amb aquesta noia, zero totalment, però jo crec que sí, que segueixen tendència. També depèn de nois i noies: jo crec que les noies segueixen molt més la tendència pel que fa a vestir i que els nois són més entreteniment i saber què es porta i estar més "de guais", que es diu. Per inspiració també, per saber què es porta.

## Entrevista Khaoula Boumaaza, *influencer* de moda

### Per trencar el gel...

#### 1. Si us plau, presenta't

Em dic Khaoula Boumaaza i tinc 22 anys. He pogut construir la meua pròpia comunitat de més de 60.000 persones d'arreu del món amb qui comparteixo gustos, passions, aficions, etc; i bé, també sóc estudiant de Publicitat i Relacions Públiques fet que també doncs m'ha donat una mica més de coneixements teòrics per poder completar la meua afició per les xarxes.

**2. On vius (municipi)?**

Actualment visc a Regne Unit, la ciutat de Leicester, però em considero gironina (Girona em va adoptar fa cinc anys quan vaig començar la carrera).

**3. Quina és la teua nacionalitat?**

Considero que tinc doble nacionalitat (tinc nacionalitat marroquina i fa poc se'm va concedir l'espanyola, però d'òrigens em considero mig marroquina mig catalana (potser no de sang però sí de cultura).

**4. Quins idiomes parles? Amb quin idioma et comuniqués als teus seguidors?**

Parlo cinc idiomes, però el que més utilitzo per comunicar amb la meua comunitat és l'anglès, ja que des d'un primer moment quan vaig decidir obrir un perfil a xarxes i construir la meua marca personal, tenia molt clar que no em volia limitar a l'audiència local o regional i que volia doncs tenir les màximes possibilitats d'arribar al màxim públic possible.

**5. A què et dediques? Amb qui has treballat?**

Sóc creadora de contingut i he treballat doncs he tingut la sort que he treballat amb moltíssima gent (tant amb marques locals com internacionals, petits negocis gironins que potser no tenien ni xarxes en aquell moment, i també doncs amb grans multinacionals com per exemple Levi's o Maybelline, entre d'altres). Trobo que potser una de les col·laboracions més grans que he fet fins al moment ha sigut la que vaig fer amb Levi's perquè va ser una campanya molt potent pel dia de la dona on vaig poder treballar amb cinc altres dones que representaven diferents comunitats (hi havia una dona transsexual, hi havia una dona de més de seixanta anys, però que seguia sent model, hi havia també una noia plus size, hi havia una noia asiàtica, llavors també hi havia una noia amb síndrome de Down i entre totes demostraven que siguis com siguis pertanyis al món de la moda i siguis com siguis mereixes ser representada. Quant a marques que se m'han acostat i he dit "uf, millor que no", potser no puc especificar quina en concret, però et puc dir per exemple que m'ha contactat una marca de pipes (narguil) i per exemple jo que no fumo (sí fumés en privat encara) però és que no fumo ni en privat ni en públic, per tant jo això no ho puc promocionar perquè no encaixaria, jo crec que el meu públic doncs potser no crec pas que s'empipi, però sí que no, diria "què fa aquesta?", però també hi ha altres marques... és que per exemple mascotes: jo no tinc mascota, per tant no puc promocionar roba de gat o articles de nens petits... Clar, haig de tenir en compte què és el que pot interessar a la meua gent i crec que la meua comunitat està molt interessada en moda, bellesa i estil de vida, activitats, llocs on anar a menjar, llocs on viatjar, etc. Quant a si correspon les marques a les quals jo m'he acostat amb les marques que s'han acostat a mi per col·laborar, depèn, perquè a vegades és que he escrit a marques petites, a vegades he escrit a marques grans, a vegades marques grans m'han dit que no i més endavant m'han dit que sí (és molt curiós), però depèn de per exemple si tinc una temporada "fluixa" on no tinc moltes col·laboracions doncs faré més propostes, i altres en què se m'apropen forces i sento que no dono l'abast doncs no tinc la necessitat de contactar-ne de noves, però bé curiosament m'he comprat una llibreta per poder organitzar-me, ja que entre la feina i la

universitat i les meves xarxes en tinc força i just en aquesta llibreta doncs organitzades les meves pròximes col·laboracions, les que estan negociades i ja pactades i les que estan fetes i no. Les categoritzo segons si són segons si són gifting, és a dir, em proporcionen el producte i jo doncs faig el meu contingut, faig el meu material, a diferència de les pagades. I ja aprofito per explicar-te una mica bé la diferència entre aquestes dues: normalment sempre intento i agraeixo que sigui col·laboració pagada per poder jo permetre'm dedicar el temps, la creativitat i l'esforç que es mereix doncs el contingut que publico, ja que no m'agrada anar per la vida només amb selfies i fotos de mòbil, però que a vegades doncs és l'últim recurs que tens, però sempre que puc m'ho intento treballar el màxim possible, el que passa és que entre universitat i la feina i el poc temps que queda per dedicar a això doncs hauria de ser compensat d'alguna forma. A vegades és que m'apareixen amb una dessuadora de deu euros i dius "jo me la puc comprar", no puc donar una màniga de dessuadora al fotògraf i dir-li "va, vine, fem aquesta col·laboració", llavors haig de ser força selectiva en aquest sentit, però a vegades quan trobo alguna marca que té doncs valors que m'agraden i que vull donar suport doncs dic endavant encara que sigui a canvi del producte com que a mi el producte ja m'agrada, li donaré ús i crec que pot ser d'interès accedeixo, però a canvi solc demanar doncs tenir llibertat de contingut i de fer-ho en el meu propi temps i fer-ho com jo vull, en canvi quan és col·laboració pagada doncs normalment solen venir més pautades: hi ha marques que tenen un brífing i et diuen exactament el missatge que volen, et diuen els colors que volen que destaquis, et diuen "has de ser tres stories exactes, has de posar aquest enllaç per poder controlar quants swipe-ups s'han fet...". Hi ha col·laboracions superespecífiques que és bo en part perquè ja et dóna a conèixer les expectatives de la marca i què s'espera de tu i et facilita molt la feina, ja que no t'has de dedicar a pensar i semblar, però per l'altre costat et limita perquè a vegades tens tu alguna idea o un concepte que vols fer, però com que no entra en aquest brífing, no entra en aquestes coses que tenen clar doncs no pots sortir de la caixa, com diuen, però clar, al final les que paguen les factures són les pagades encara que siguin una mica més condicionades, i sempre que les condicions siguin raonables... Per exemple abans que parlava de col·laboracions a les quals he dit que no, se m'han apropiat, se m'han apropiat marques de biquinis o marques de roba interior, i clar, sóc bloguer de moda modesta per tant no ensenyo el meu cos, intento demostrar que pots ser "estilosa", pots tenir estil, pots tenir classe i no necessàriament has d'exhibir el cos per atenció, llavors que se m'apropin marques de biquinis i roba interior no té gaire sentit per mi. Accepto col·laboracions o les rebutjo una mica en funció del que busca el meu públic perquè estic força al seu servei. Clar, jo penso que aquesta gent que em segueix en part quan veuen el meu contingut o quan m'escriuen un comentari, quan em responen un story o em donen inclús un like, estan dedicant el seu temps a mi, i clar, si ells m'estan donant aquesta atenció i aquest temps es mereixen rebre alguna cosa "de valor" a canvi, llavors a mi a vegades em costa categoritzar el meu contingut perquè moltes vegades no és promocional, molt sovint doncs penjo una foto, un autoretrat que m'he fet o semblar i a vegades trobo que no té focus, no té un missatge clau, i em va dir que el meu contingut podria encaixar en la categoria de feel good, és a dir, contingut que fa sentir la gent millor (per exemple quan comparteixes el meu moment del cafè amb la vista de la finestra, o quan comparteixo com estic treballant des del meu portàtil: valor el que es diu valor doncs potser no aporta, però un dia m'escriuen noies i em

diuen "ai, em feia mandra estudiar o treballar i veient-te a tu m'he motivat, jo també m'he fet un cafè i m'he motivat a fer-ho" i dic "ostres, doncs sí que et fa sentir millor, no?". Bé, més polifacètic, que potser no m'agrada posar-me dins d'una capsa. Les marques que se m'han acostat o les marques a les quals jo els he proposat coses són de moda en general, sí, majoritàriament solen ser moda, però per exemple recentment he fet una col·laboració amb una marca de transferències per transferir diners tipus PayPal o Transferwise: es diu Pago aquesta marca i per exemple a mi mai se m'hagués acudit que acabaria doncs fent col·laboració amb ells, però encaixava molt bé amb la meva marca. Per què? Perquè és una marca que facilita les transferències des de Regne Unit a la resta del món per una tarifa molt baixa que de fet fins i tot clar, al coneixe'ls l'he feta servir per les meves pròpies transaccions privades i quan se'm van apropar doncs em va encaixar, vaig dir "ah, jo m'he traslladat a Regne Unit i és cert que treballant aquí, però tenint compte bancari a Espanya, tenint família a Espanya, amics a Espanya, i em perdo els seus aniversaris, em perdo celebracions familiars i semblar, doncs és veritat que a vegades intento estar present en aquestes celebracions ajudant econòmicament, i com que aquesta marca feia aquest servei doncs ha encaixat clau, però no sempre és el cas.

**6. Com vas començar a ser una influencer, més concretament de moda?**

D'entrada tinc una mica de conflicte amb el terme influencer perquè no m'agrada considerar-me una persona d'influència. Simplement és una preferència personal, però entenc que aquest terme s'utilitzi a nivell global. Jo crec que creo continguts i el comparteixo amb la meva gent, amb la meva comunitat (una petita família) i que ells se sentin influenciats o no ja és una cosa individual, però considero que autodenominar-me una influencer trobo que pot quedar presumptuós (sobretot avui dia que tothom va dient "ah sí, jo sóc influencer" i tu "jo prefereixo ser creadora de continguts". I en resposta a la pregunta original doncs bé, tinc perfil a Instagram des de fa uns sis o set anys ja, però creació de continguts pròpiament dits vaig començar quan vaig començar la carrera, ja que llavors vaig tenir accés a càmeres, vaig tenir accés a coneixements tècnics (també de fotografia, de gravació...) i vaig tenir també doncs gent al meu voltant que estava enfocada en aquest món. Com que eren amigues que m'ajudaven a fer les meves primeres fotos d'Instagram, però des de llavors fins ara crec que hi ha hagut un gran canvi, però que no podia haver estat possible sense això.

**7. Què és el que t'agrada més de ser influencer (més específicament de moda)?**

Doncs crec que el que més m'agrada és la connexió que tinc amb aquesta comunitat d'arreu del món, és el fet que puc compartir doncs moments del meu dia o coses que són especials per mi que sempre hi haurà algú que estarà tocat per allò, que s'hi podrà sentir identificat... A vegades puc compartir doncs reflexions meves que a vegades penso "a qui li importarà això", ho comparteixo i hi ha gent que diu "no, jo també penso el mateix", llavors aquesta connexió que puc fer amb humans que no he conegut ni en persona crec que no té preu (més enllà dels números).

**8. Quina és la teva rutina? Quin és el teu dia a dia? Per exemple, quines activitats tens en un dia? Contactes amb empreses, altres influencers? Què fas?**

Doncs en el meu dia a dia bé treballo portant les xarxes d'una altra empresa gràcies a la meva experiència a xarxes amb la meva marca personal, però a part de la feina que faig per tercers per mi mateixa doncs el meu dia a dia consisteix doncs a connectar-me a xarxes, veure què és el que hi ha de nou, si ha canviat alguna cosa,

què fan els meus companys (altres creadors de continguts, influencers (que ja això com s'autodenominin ells)... i també intento posar-me al dia amb missatges, de tant en tant doncs escric a marques amb qui m'agradaria treballar, miro les que m'han escrit per treballar amb mi i o bé accepto o bé renegocio o bé simplement crec que no encaixen amb la meva marca personal i dic que no i doncs seguidament intento pensar "d'acord, què és el que puc compartir avui amb la meva comunitat?", ja sigui contingut que tinc en els meus arxius o què puc crear de nou que els pugui aportar valor, els pugui ser interessant.

**9. Amb quin tipus de contingut t'agrada interactuar o entretenir-te (és a dir, què mires a la tele? I a Internet?)? Per exemple, t'agrada la moda?**

Sí, m'agrada la moda, m'agrada molt el tema estil de vida, és a dir, la gent que comparteix el seu estil de vida i és diferent del meu i m'inspira a canviar el meu estil de vida cap a millor, però també segueixo comptes de disseny gràfic, que jo de disseny gràfic no entenc res, però perquè em dóna moltes idees que jo puc fer servir en un futur. Blocs de màrqueting també, sobre què canvia en l'ecosistema digital per tal de millorar la meva pròpia estratègia. Coses de bebès (i mira que no tinc bebès ni planejo tenir-ne en el meu temps), però trobo que el bo de les xarxes és que tenim tota mena de categories a mà, i m'intento no tancar exclusivament en la que jo comparteixo.

**10. Els teus clients (espònsors) són marques o empreses petites/mitjanes/grans? Com han sigut aquestes experiències i com contactaves o contactaven amb tu?**

Les grans no solen ser gaire freqüents, potser un cop a l'any o així. Per exemple, alguna vegada he fet una campanya amb Sunsilk, que és una marca de xampús de Unilever (multinacional mundial). Llavors de grans solen ser poc freqüents, però sol fer forces amb negocis petits i mitjans, i els petits solen ser gratuïtes simplement doncs per poder donar suport i alhora com que trobo que a la meva comunitat li interessa doncs és un win-win. Aquestes experiències han sigut molt gratificants perquè trobo que, és a dir, la majoria de vegades (no sempre), però, els negocis petits estan superagraïts pels esforços que faig i que altres influencers també fan per ajudar-los, i sobretot el fet de no tenir les mateixes expectatives econòmiques d'un negoci petit que d'una multinacional, llavors solen ser força gratificants, que et diguin "ah, després que em publiquessis m'han escrit x i m'han fet tantes comandes", dius "ostres, realment he fet un impacte", és a dir, els he ajudat a anar cap a millor" i sol ser molt satisfactori. Les col·laboracions que he fet amb empreses més grans serien d'aquelles "dictades", és a dir, no totes són igual d'estrictes. Les grans solen ser un gran "win" pel meu "portafoli", pel meu currículum, perquè clar, com que són més doncs aporten també més col·laboracions grans (quan algú de l'elit de marques veu que he treballat amb algú que està en el mateix nivell doncs deu pensar "és bona". Amb les petites doncs hi ha més connexió entre la marca i tu. Aquestes col·laboracions amb marques més grans són les que em paguen i hi ha un brifing o alguna cosa més marcada, en canvi amb les petites o mitjanes, que són les que em donen un producte o semblar i jo ho promociono. Són més *freestyle*, ja et deixen al teu aire.

**11. I amb el teu públic? És a dir, ets una influencer instagramer només, o et mous en altres xarxes socials? En quines xarxes estàs present (en quina tens més seguidors, en quina/es treballes, quina et funciona millor...)?**

Sempre que puc intento sortir d'Instagram sol perquè no és bo tenir tot el teu públic en un sol lloc perquè si per qualsevol raó demà Instagram tanqués les portes i s'eliminés doncs "ho perdries tot". De fet, bé, tinc una petita comunitat a TikTok de 3.000 seguidors més o menys. M'he plantejat YouTube moltes vegades, però trobo que no tinc el temps i l'esforç a dedicar-hi i estic present a Twitter, estic present a Pinterest... estic present a múltiples plataformes, però sí que és cert que la meua principal és Instagram. És en la que tinc més seguidors, en la que treballo més i la que em funciona millor. Em comunico amb el meu públic sobretot per Instagram, 100% (quan em diuen "ai, m'ha agradat molt veure com treballaves"... ) és amb l'Instagram.

### **Preguntes:**

#### **1. Com definiries als influencers (per ex. de moda)?**

Els definiria com gent apassionada pel que fan, sigui en un sector específic o sinó que estiguin oberts a més categories. També els definiria com potent, gent que té una veu i que la fa servir, i sobretot gent que està oberta a compartir doncs el seu dia a dia, els seus moments amb un ampli ventall de públic (perquè hi ha gent més privada, hi ha gent que no se sent còmode amb això, i trobo que els influencers en general doncs tenen aquest "don de gentes" per comunicar, per compartir i sobretot per formar connexions amb les seves comunitats per tenir més credibilitat.

#### **2. Com definiries ser influencer? (és a dir, com et definiries el que fas?)**

Suposo que em dedico a compartir petites càpsules de la meua vida amb gent d'arreu del món per poder connectar amb ells, per poder trobar coses en comú.

#### **3. Amb quin tipus d'influencer t'identifiques: especialització (de complements, de roba), estil (soft, sexy), tipus (macro influencers, micro influencers...)]?**

Doncs trobo que la meua religió i la forma en què em vesteixo determinen moltíssim quin tipus d'influencer sóc. Clar, no sóc influencer tecnològica, no sóc influencer esportiva, no sóc artística... és a dir, suposo que sí que encaixo molt en la categoria de *fashion* i *lifestyle*. El que sé és que micro és fins a 10.000 seguidors i mitjà és entre 10.000 i 50.000 i crec que a partir de 100.000 o així ja és "influencer", i macro ja és *next level*, però jo em considero micro o mitjana.

#### **4. Quina creus que és la diferència entre un influencer i un influencer de moda?**

No sé si hi ha un influencer general, la veritat, perquè trobo que tothom té un àmbit específic, tothom té un branding (clar, de fet això és una de les claus per tal de tenir èxit: és intentar doncs tenir un nínxol i establir-te com a referent dins d'aquest nínxol), per tant no sé si existeix el terme influencer normal i influencer de moda.

#### **Amb quin t'identifiques més?**

Bé, podríem dir que de moda, de lifestyle, de feelgood...

#### **5. Per què creus que és una bona oportunitat per a les empreses (per ex. de moda) contractar/utilitzar els serveis dels influencers (per ex. de moda)?**

Doncs suposo que perquè són claus perquè arribin a noves audiències, perquè trobo que bé, avui dia els influencers s'han establert com el pont que connecta les marques amb el seu públic, i a vegades doncs gràcies a una bona acció influencer qui connecta la seva comunitat a x marca doncs aquesta marca té increment de vendes, més visibilitat, i sobretot doncs si més endavant la veuen la reconeixeran gràcies a aquesta aparició que haurà fet.

#### **6. Per què creus que és una bona oportunitat per als influencers (per ex. de moda) ser contractats per a les empreses (per ex. de moda)?**



Suposo que perquè en part doncs si viuen d'això és primer la seva forma de guanyar-se la vida. Segon, també pel benefici que suposa fer networking: tenir una xarxa de contactes "poderosos" (perquè al cap i a la fi les marques tenen poder) i també perquè al cap i a la fi si estàs patrocinat per una marca és que aquesta marca creu en els teus valors, creu en la teva visió i creu en el teu contingut, fet que a tu et suma prestigi.

**7. En resum, quin seria el benefici mutu d'aquesta cooperació?**

Doncs per un costat l'influencer pot seguir fent el que li agrada, que és crear contingut i compartir-ho amb gent, i la marca doncs aconseguix contingut fet per ells amb el seu producte, amb el seu servei i entregat estrictament al seu públic objectiu.

**8. Quin tipus de contractes tenen els influencers (per ex. de moda) amb les marques de moda?**

Jo contractes n'he signat pocs, suposo que els contractes que he signat són els que han tingut a veure amb els meus drets d'imatge, amb què el contingut que jo he creat s'ha utilitzat per a objectius de màrqueting, però normalment (bé, almenys en el meu cas) no se sol fer gaire contractes sinó que sol ser negociació per correu electrònic, on es deixen clar quines són les expectatives per part de la marca (s'esperen stories, posts...), la compensació i tot i es deixa tot per escrit en un e-mail, perquè més endavant si hi ha qualsevol conflicte sempre es pot tornar enrere i poder doncs referir-se a la conversació prèvia.

**9. En funció de quines variables cobren més o menys (nº de seguidors, nº de likes, del target...)?**

Abans era força pels seguidors, abans quan un influencer tenia molt seguidors per les marques era com "uau! Aquest influencer deu ser molt bo", però trobo que ara les marques tenen en compte moltes més variables, i ho dic des del punt de vista que jo treballa per una marca, rebem desenes de sol·licituds de col·laboració diàries i hem de ser força crítics amb qui diem que sí, amb qui no, i si són pagades, primer, quina és la inversió i quin serà el retorn d'inversió d'aquesta col·laboració, i una de les variables que tenim en compte és l'engagement rate, que és el percentatge d'interacció, és a dir, un influencer que tingui doncs 50.000 seguidors, però que rebí només 500 likes per foto, no és sospitos, però és una mica bandera vermella, "ui, potser doncs aquí alguna cosa va malament". A vegades després resulta ser que no, que potser tenen poca interacció, però sí que tenen molta visibilitat (que tinguis 50.000 seguidors, però que 10.000 persones li vegin els stories doncs dius "ah, doncs sí que és un compte sa, però sí una mica no es manifesta. Una altra cosa que també tenim en compte és que potser a vegades un influencer per molts seguidors que tingui (ja et dic, hem tingut influencers amb 200.000 seguidors i els hem dit que no), el contingut no encaixa amb la nostra marca (és contingut de mala qualitat o que van per la vida només amb selfies i no és contingut professional o potser utilitzen llenguatge doncs no molt professional, etc.), llavors tot això són criteris que s'han de tenir en compte, però el principal crec que és que la seva audiència encaixi amb el nostre públic, i segon, que els seus valors de marca encaixin amb els nostres.

**10. Quan pot cobrar mensualment o anualment un influencer (per ex. de moda)?**

Això sí que és molt específic perquè bé, almenys en el meu cas és molt variable: potser en un mes puc doncs acumular força i en un mes potser no puc fer cap col·laboració pagada i tot sigui amb producte (ara que el producte doncs depenent de quina marca sigui, de quin producte sigui, clar, no és el mateix que et regalini

doncs una càmera per promocionar, que al cap i a la fi doncs té un valor molt gran, que et regalin tres mocadors. Però és molt variable: de l'influencer, de la mida de la seva comunitat, de si té mànager o agència o va sol (jo per exemple vaig sola, no tinc mànager o agència, crec que si tingués mànager o agència potser treballaria més, per tant cobraria més perquè aquesta gent doncs té contactes directes amb les empreses, amb les marques i tenen doncs accés privilegiat i et poden connectar millor). No tinc mànager perquè simplement no he conegut a ningú encara, és a dir, sé d'agències i de fet em contacten agències per col·laboracions particulars amb algun dels seus clients, però no són ambaixadors meus, és a dir, no em representen oficialment, però sí que tenen el meu contacte i que potser em poden dir "mira, hi ha aquesta oportunitat", però que simplement no he conegut a la persona indicada. És a dir, trobo que tenir mànager o tenir agència almenys des del meu punt de vista només aporta benefici, no crec pas que tingui cap cosa negativa a menys que et gestioni al 100% (que et gestioni al 100% vol dir que totes les col·laboracions que t'arribin, encara que no siguin a través d'ells, ells te les negocien i ells s'emporten un percentatge. Clar, generalment sol ser entre el 10% i el 20%, llavors clar, si tu guanyes molt doncs dius "ai, si em gestionen tot s'emporten benefici inclús del que no m'aporten ells). Però en el meu cas com que Instagram no és la meva font principal d'ingrés m'és igual.

#### **11. Quina estratègia és la més efectiva pel que fa influencers (per ex. de moda)?**

Doncs suposo que crear (i dic això mentre a mi m'està costant fer-ho). És molt difícil crear contingut constantment que sigui rellevant, que sigui visualment estètic, que comuniqui i que faci que la gent interactuï amb tu, però és cert que ara mateix suposo que la clau per tenir èxit és ser actiu en la comunitat: la gent se'n recorda del que veu, i si tu no publiques freqüentment o no publiques coses de valor doncs difícilment seràs rellevant per ells.

##### **És la que fas servir tu?**

És la que em va ajudar a créixer moltíssim, és a dir, quan vaig començar la carrera feia moltíssimes sessions i les fèiem és a dir agafant càmeres de la universitat amb amigues que no tenien ni idea de fotografia, que anaven fent clics amb mode automàtic, costava doncs seleccionar les bones, editar-les i intentar penjar cada dia o mínim cada dos dies. Ara hi ha reels, hi ha les guies a Instagram, hi ha TikTok, hi ha tants canals que és a dir, a menys que t'hi dediquis a temps complet i tinguis un equip al costat (un fotògraf, algú que editi, algú que t'ensenyi idees...) és a dir, les influencers grans com la Dulceida i d'altres joestic seguríssima que tenen literalment tot un equip a disposició seva, però que amb el que guanyen es poden permetre perfectament mantenir-los.

#### **12. Quina estratègia fas servir com a influencer?**

Intento penjar el màxim possible i que transmeti, però que sobretot també interactuar, respondre stories, respondre els comentaris, comentar les seves fotos... d'aquesta manera doncs generes interacció, no només és unidireccional (tu penges i ells et donen like i et comenten,...), sinó que penges, ells et responen i tu interactues amb ells.

##### **És diferent quan treballes de quan no treballes? (cada quant publiques, a quina hora, a quina xxss i per què)**

No té perquè, trobo que la teva estratègia, la teva forma d'operar a xarxes hauria de ser independent de si estàs col·laborant i tens benefici econòmic o no, perquè al cap

i a la fi és a dir la teva comunitat hauria d'estar en constant creixement. Abans publicava literalment mínim doncs això, 3-4 cops a la setmana. Per què? Doncs per seguir l'estratègia aquesta de crear contingut sovint i publicar sovint. Ara potser ja no tant, per què? Per diferents motius, entre ells el fet que Instagram ha reduït moltíssim l'abast, és a dir, com arribo als meus seguidors (tinc 60.000 seguidors, però probablement arribo entre el 10% i el 20% quan faig una publicació al feed). Ara sí, curiosament algun TikTok, alguns reels i semblar es poden fer virals i arribar a 200.000 persones i potser no era intencionat (hi ha contingut així curiós i graciós i arriba a més), llavors això desmotiva força, perquè a vegades pots posar moltíssim esforç en una peça de contingut i no rebre l'impacte que esperaves i això doncs desmotiva força. I entre també altres variables com el fet que estic treballant, aviat serà jornada completa, estic fent el TFG... no tinc la disponibilitat de temps que tenia abans.

**13. Quin és el teu públic, els seus seguidors?**

Dones no musulmanes, dones musulmanes, dones amb mocador, dones sense mocador, adolescents, dones més grans (tipus la meva sogra), en fi, abraça doncs gent d'arreu del món, és molt peculiar.

**14. Quin és el públic dels influencers (per ex. de moda)?**

Crec que sobretot omplen entre 18 i 25 anys: són gent que està molt sovint al mòbil, gent que està connectada... doncs bé, els anomenen els Gen Z (generació z).

**Tu creus que el teu target, el teu públic, es correspon amb el dels influencers de moda?**

Sí, trobo que sí, que tenim forces coses en comú (depenent del sector òbviament).

**15. El públic al qual et dirigeixes és diferent del públic que realment tens o concorda?**

Concorda. Bé, d'entrada a mi m'agrada pensar que estic oberta a tothom, que tothom pot venir i sentir-se còmode al meu perfil i que tothom pot trobar alguna cosa en comú amb mi (pot ser el mocador, pot ser la religió, pot ser el fet que m'identifico amb Girona, pot ser doncs la meva afició pel maquillatge o la roba, pot ser l'afició pels viatges... m'agrada pensar que tothom pot estar benvingut al meu perfil.

**16. En cas que siguin adolescents, de quin tipus d'adolescent (de quin grup: edat, estudis, hobbies...) estariem parlant?**

Bé, crec que no ho tinc força definit fins aquest nivell, però trobo que el meu públic segurament deu estar majoritàriament format per dones joves, "modernes", és a dir, segurament que viuen en ciutats, noies que els agrada la moda, que els agrada estar al dia i que els agrada sobretot sentir-se còmodes i segures de si mateixes.

**17. Tens seguidors adolescents?**

Sí, perquè de tant en tant m'escriuen, em responen stories o quan em comenten posts a vegades vaig a xafardejar una mica a veure qui són...

**(per ex. d'entre 15 i 19 anys)?**

Crec que quan vaig començar potser sí, ara crec que són més entre 18 i 25.

**18. Publiques diferent quan estàs treballant que quan no?**

Totalment, si estigués dedicant-me a les xarxes 100% publicaria mínim un cop al dia, estaria creant contingut constantment. El fet de tenir una altra feina que consumeix els meus recursos quant a temps i esforç limita el temps que puc dedicar en la creació de continguts del meu propi perfil.

**19. En cas d'estar treballant, cada quant publiques (com fragmentes les publicacions i per quin motiu)? És diferent de quan no treballes?**

Un cop a la setmana aproximadament i stories dos-tres dies a la setmana (intento). El motiu és simplement la poca disponibilitat que tinc a dedicar-li i com això requereix doncs un gran munt d'energia i de recursos que jo doncs no sempre tinc, ja que al cap i a la fi no em paga les factures al 100%. És a dir, que quan no treballo publico aquesta quantitat i quan treballo depèn de si això estava pactat o no.

**20. En cas d'estar treballant, t'especialitzes en algun públic específic?**

Sí, trobo que m'especialitzo en el públic de dona "immigrant" musulmana, ja que és el que visiblement represento.

**És diferent de quan no treballes?**

No, perquè el públic al cap i a la fi no el pots canviar, tu tens el públic que tens, per tant col·laborant o no col·laborant segueixes cultivant aquesta mateixa comunitat.

**21. Fas servir una estratègia a les xarxes socials? Si és que sí, quina és? És diferent quan treballes de quan no treballes?**

L'estratègia de publicar activament.

**És diferent quan treballes de quan no treballes?**

No té perquè.

**22. Quin contingut penges? Com esculls el contingut? És diferent quan treballes de quan no treballes?**

En el meu cas la primera variable que tinc moltíssim en compte és els visuals, és a dir, que encaixi estèticament amb el feed, que narri una història... pel que fa a colors que encaixi amb els de la meva marca personal (que són tonalitats pastel) i després doncs ja quina història o quina frase, quin missatge puc atribuir-li.

**23. Quina és la temàtica del contingut, és a dir, quins criteris compleix? És diferent quan treballes de quan no treballes?**

No, en general intento ser força flexible i poder fer contingut de diferents categories, però sol ser molt moda i estil de vida.

**24. Quin és el format del contingut (vas més per imatges, vídeos, text, temàtica, demanes feedback del públic...)?**

Tiro més cap a imatge crec perquè és la que menys recursos necessita, és a dir, òbviament t'has de treballar doncs quan fer la foto, maquillatge, vestimenta, punt de vista, il·luminació, edició, etc; però trobo que el vídeo és una mica més un repte (challenging), és a dir, una miqueta més complicat, però ara mateix el vídeo ho és tot, és a dir, reels, TikTok... el vídeo és el que ho està petant, per tant m'estic intentant encarar a això.

**És diferent quan treballes de quan no treballes?**

Normalment ja es determina quin serà el format del contingut, però és obvi que depenent de la categoria, és a dir, depenent del producte en concret. Per exemple, això de vendre un servei de transferir diners: és diferent de roba, roba et fas una fotografia amb una samarreta i ja es pot veure el producte que vens, un servei en canvi necessita més esforç, necessita storytelling, necessita una connexió directa amb el consumidor, ja que un servei no es veu, no es toca, és un intangible.

**25. Recomanes productes/serveis quan no treballes?**

Sí, és a dir, sovint és penjar una fotografia de l'habitació i em preguntaran "d'on són els coixins? M'agrada molt l'edredó" o "d'on és la teva dessuadora?" i encara que no sigui col·laboració doncs òbviament, ja que ho mostro i la gent es mostra interessada per ell doncs ho recomano encara que no se'm pagui per això perquè al cap i a la fi si ho comparteixes és perquè ho vegin, i si ho veuen i s'interessen doncs quedaria molt malament no compartir aquesta informació.

**És diferent de quan sí estàs treballant (ho fas diferent de quan estàs promocionant aquest producte/servei)?**

Sí i no, perquè quan estic promocionant òbviament hi haurà més esforç, més ganades, ja que al cap i a la fi m'ho compensen, que no pas si ho faig doncs de bon grat.

**26. Normalment per què et contracten?**

És a dir, les vendes sempre són un factor important, però crec que la majoria de vegades és més aviat per *brand awareness* (notorietat de marca: atribuir els meus valors personals a la seva marca) i sobretot pel contingut que reben en retorn.

**(ex. promocions, descomptes, codis d'ofertes, llocs, serveis...)?**

Sí, amb links personalitzats, si et diuen "doncs en funció de les vendes que facis t'emportaràs un 10% de comissió" i si generes doncs 250 euros en vendes t'emportes 25 euros, llavors les vendes per comissió no m'interessen gaire perquè jo l'esforç, el meu contingut el faig igualment tant si hi ha vendes com si no, jo ja he dedicat temps, esforç i recursos en crear aquell contingut i compartir-lo, que la gent compri o no és decisió seva, vull dir, la meva feina ja l'he fet, per tant aquestes col·laboracions amb condicionant "has d'arribar a x vendes..." doncs trobo que no em convenen a mi, però que potser a influencers amb un abast molt més gran i amb un poder de conversió molt més gran sí que els surt a compte.

**Mai has treballat amb alguna marca o una empresa que t'hagi dit "mira, és que vull que puguin els meus seguidors/que tingui més likes"?**

Crec que això és més aviat objectius en l'àmbit interior, és a dir, s'ho mantenen dins la seva pròpia estratègia entre ells que no pas comunicar-ho a l'influencer i dir-li "amb aquesta col·laboració volem arribar als 3.000 seguidors", clar perquè l'influencer no té un poder directe sobre això.

**27. Cada quant treballes? Quan solen durar?**

La majoria de les meves col·laboracions solen ser puntuals, hi ha algunes que són més periòdiques (un cop al mes o semblar), però són més escasses en el meu cas, hi ha altres influencers que són ambaixadors de marca i que tenen un contracte anual en què se'ls paga x suma de diners i a canvi han de fer un post mensual amb la marca (que la marca té la seva forma de treballar). En el meu cas és molt esporàdic (potser només puc tenir 10 col·laboracions i en un altre no tenir-ne cap), per tant va i ve: quan m'ho ofereixen o quan a mi em ve de gust o quan tinc temps...

**Preguntes adolescents:**

**28. Tu què creus que els teus seguidors adolescents valoren en tu com influencer, més concretament de moda?**

Crec que valoren primer l'autenticitat, l'originalitat del contingut, l'esforç que hi ha darrere del visual moltes vegades em diuen que troben satisfactori l'atractiu visual del contingut que crec. També doncs a vegades agraeixen algunes recomanacions, com per exemple (curios) cada cop que penjo un story del meu escriptori on tinc una cosa que m'alça el portàtil per treballar més còmode sempre hi ha algú que em pregunta el link per poder-lo comprar també. Llavors veig que fins a cert punt compartir el meu dia a dia sempre fa que trobin doncs alguna cosa que els pot ser d'utilitat o d'interès.

**29. Quina creus/saps que és la dieta de mitjans dels teus seguidors adolescents amb relació als influencers de moda que segueixen (en aquest cas, tu) [cada quant, dispositiu, hora, per què (motiu), xarxa social/xarxes socials)?**

Això és superespecífic i crec que variarà moltíssim d'una persona a una altra, però jo crec que la meva audiència està molt a TikTok, a Instagram... i encara que no entri específicament per veure el meu contingut, probablement passen unes dues hores al dia veient contingut d'altra gent i entre allò doncs potser una fracció, potser un 1% o un 2% serà meu. Instagram no et dona aquesta informació, però com que treballo per e-commerce i semblar, sé que la nostra web, per exemple, el 80% és visualització i compres fetes a través de mòbil, per tant això ja em dona totes les pistes que necessito. És a dir, que no he fet cap estudi de dir "mira, doncs el meu públic, és a dir, la gent que em segueix, ho mira a aquesta hora, des d'aquest dispositiu...", és massa específic i dubto que tothom tingui els recursos per tenir accés a tanta informació, a més que la forma en què Instagram ha canviat l'algoritme, encara que tinguis aquesta informació és molt difícil treure-li profit. És a dir, que més o menys publico segons la meva intuïció, totalment.

**Entenc que tu publiques en un horari concret perquè ho pugui veure el màxim de gent possible, per ex.?**

Puc publicar sobretot als vespres perquè als vespres trobo que, tant la gent d'Europa com la gent d'Estats Units trobo que és el temps ideal perquè tothom estigui connectat alhora, en canvi al llarg del dia potser si publico a les 12 del migdia a Estats Units encara estan dormint i en altres llocs estan al llit ja, en canvi trobo que al vespre és el punt ideal.

**El teu públic on es situa majoritàriament?**

El meu públic és 6% Estats Units, 8% Espanya, també hi ha Algèria, Marroc, Egipte i altres països àrabs.

**30. Creus que els teus seguidors adolescents confien en la teva opinió (recomanacions de productes/serveis, per ex. en els consells d'estil, imiten el teu estil...)?**

M'agrada pensar que sí, i també m'agrada pensar que potser el meu input més l'input d'algun altre influencer més l'input d'un altre influencer, tot suma per tal d'acabar doncs fent aquest impacte. Potser ho hauran vist d'algú altre i ho tindran rondant pel cap, ho veuran en mi i diran "ah, doncs més persones ho estan fent, potser ho faré jo també/potser ho compraré jo també". A vegades un sol estímul sol no és prou per incitar una acció. Però jo crec que sí, que en general confien en el que jo dic, jo crec que tenim aquesta relació de confiança, sí.

**31. Han comprat els teus seguidors adolescents alguna cosa que els hagis recomanat?**

Sí, perquè alguna vegada m'han enviat doncs fotos o algun story o "gràcies per la recomanació, ho faig servir moltíssim", etc; per tant sé que sí que hi ha aquesta relació de confiança. Jo crec que és molt de tant en tant, no et puc dir ni sí ni no perquè és molt dependent amb moltes circumstàncies. És a dir, per exemple, jo m'he trobat gent que m'ha dit "m'he comprat el mateix que tu m'has recomanat" o m'han dit "mira, no m'he comprat exactament el mateix, m'he comprat un inspirat en això"... però no és sovint, no és res habitual, és puntual.

**Creus que solen comprar d'acord amb el que els recomanes?**

Crec que és esporàdic, és una coincidència: que ells estiguin buscant allò o tinguin aquella necessitat, que jo la proporcionï també en el moment adient i potser també doncs això, que ho hagin vist en un altre lloc i en un altre i un altre i que tot sumi.

**Creus que la teva opinió ha influït en la seva decisió de compra?**

Sí, però que hi ha altres factors també.

**32. Com creus que els teus seguidors adolescents es poden haver sentit/es poden sentir quan han vist/veuen que estàs fent publicitat “d’algo” (cap problema, bé, els és igual, molest, massa directe, constant, cansant...)?**

Trobo que sempre que els pugui ser d'interès no els molestarà pas. És que no els ho he preguntat mai, però crec que primer com que no faig publicitat tan sovint dubto que estiguin cremats o molestos, però des del meu punt de vista que veig gent que fa publicitat súper sovint, sempre que jo sàpiga que és publicitat i sempre que pugui ser d'interès per mi no veig pas perquè sigui molèstia. És a dir, que jo crec que està bé perquè publicitat en un mínim, no faig publicitat molt sovint, i a sobre és publicitat d'alguna cosa que a ells els interessa, ja busco coses que estiguin adaptades al meu públic i als seus interessos...

**33. Creus que algú els va recomanar seguir-te?**

Crec que és més aviat perquè em descobreixen que no pas per recomanació, però també ha passat a vegades: tenir seguidors en comú i per recomanació a vegades comparteixen una fotografia algú altre i diuen “mira, m’agrada aquest estil” i al final doncs t’acaben descobrint gràcies a això.

**34. Creus que et coneixien d’abans (mitjans de comunicació tradicionals, entrevistes, d’algun vídeo, d’algun altre influencer, de la universitat, d’abans...)?**

Molt probablement. He sortit a La Vanguarda, el Punt Avui, TV3, Radio Nacional Española... però jo crec que majoritàriament és a partir de les xarxes socials i orgànicament.

**35. Creus que els teus seguidors adolescents al seguir-te hi busquen “algo” (model a seguir, consells, inspiració, companyia, marques de moda...)?**

Sol ser inspiració, sobretot. Potser companyia sí, jo és que no sóc gaire xerraire a xarxes, però si jo fos més de parlar probablement sí que seria conversació, però trobo que en aquest moment deu ser sobretot inspiració visual. Solen buscar també inspiració pel que fa a contingut: què funciona, què no, què està de moda, què fan els altres per poder també ells adaptar-ho a la seva estratègia de marca, és a dir, altres persones que volen millorar en el seu Instagram. Inclús jo segueixo altres influencers que pengem només *tips* d'estratègia.

**36. Què creus que els aportes? Què creus que els aporta seguir-te?**

Doncs suposo que inspiració en el dia a dia, trobar petits plaers al dia a dia, activitats per fer, no sabria dir-ho específicament.

**37. Per què creus que van començar a seguir-te (què creus que els va atraure de tu: el físic, l’edició i composició de les imatges, la roba/complements, algun talent, la teva personalitat, perquè un amic et segueix...)?**

Crec que sobretot l'estètica i l'esforç que hi havia darrere de les imatges (perquè sempre m'han dit que es nota molt).

**38. Per què creus que et segueixen seguint (segueixes tenint les mateixes característiques que buscaven al principi, o ells han canviat, però encara et segueixen per x motiu, quin?)?**

Crec que encara mantinc l'essència i el motiu pel qual em van començar a seguir, trobo que la veritat és que no he fet cap canvi dràstic quan a estil de contingut, per tant suposo que deu ser per aquest motiu que em segueixen seguint o si és que m'han deixat de seguir potser perquè s'han avorrit, vés a saber.

**39. Què creus que els agrada més del que publiques?**

És a dir, els visuals, el dia a dia, els petits moments... És que trobo que és un conjunt: és les imatges, és l'estil de vida, és doncs la positivitat, el fet de veure el millor de cada situació... són molts factors, no crec pas que hi hagi una resposta correcta només.

**40. En què creus que es fixen tu? I en general dels influencers (per ex. de moda)?**

És a dir, els visuals, l'esforç que hi ha darrere de les fotos, és a dir, la composició, els colors...

**41. Per què creus que et segueixen (proximitat, similituds, aspiració, estètica, interès en la teva vida, curiositat, avorriment...)?**

Trobo que ser una *role model* per ells em queda una mica gran, però sí que és veritat que alguna vegada doncs clar, t'ho diuen directament, t'escriuen i et diuen que els has inspirat a fer això o això altre i trobo que em segueixen perquè alguna cosa deuen tenir en comú amb mi, ja sigui doncs el fet que porto mocador i elles també, el fet que sóc marroquina i elles també o el fet que he emigrat a Espanya i per tant doncs sóc "adoptada" d'Espanya i que també doncs se senten identificats amb els reptes que he tingut per adaptar-me... ha d'haver-hi doncs alguna cosa que han trobat en comú amb mi per tal de fer-los sentir que m'havien de seguir.

**42. Si no et segueixen, per què creus que no ho fan? Quina opinió creus que tenen de tu? Quin és el seu punt de vista?**

Doncs no ho sé, suposo que potser no s'acaben de sentir identificats amb mi o no troben doncs el valor que busquen a algú que seguirien.

**43. Quins creus que són els seus influencers (per ex. de moda) preferits? A quins altres influencers (per ex. de moda) creus que segueixen?**

Trobo que la comunitat de moda modesta, la comunitat femenina musulmana és molt gran i molt sovint qui em segueix a mi doncs també segueix 70-80 altres influencers dins de la mateixa categoria, ja que totes doncs formen part de la mateixa comunitat, fem contingut del mateix estil, cadascú té el seu toc únic, però totes formem part d'una mateixa comunitat (ens seguim entre nosaltres, és com un vincle i ells doncs si els agrada allò meu doncs segur que els agradarà el de la resta també), per tant sí que hi ha una comunitat en comú.

**44. Els adolescents que et segueixen, quan surt un producte nou que els interessa, en quin grup de la corba de consum creus que s'identifiquen?**

No, no ho sé això. És a dir, potser si tingués centenars de milers de seguidors sí que interessaria, ja que tindria un potencial increïble, però trobo que la mida de la meva comunitat no és prou gran per dedicar tot aquest esforç perquè no hi ha prou mostra (encara que 60.000 seguidors semblin molts no ho són dins del món del màrqueting. Algú que té 500.000 sí que tindrà un abast increïble i la seva audiència tindrà un poder d'adquisició important, per tant sí que serà interessant saber fins a quin punt doncs poden invertir... és a dir, tenir totes aquestes coses específiques). En el meu cas ni surt a compte ni tinc el temps ni els recursos per saber-ho, així que em guio per la intuïció.

**45. Quin grup de VALS creus que tenen els adolescents que et segueixen?**

Crec que serien probablement believers (gent que està moguda pels ideals), i probablement survivors (per què? Perquè hauran passat els mateixos reptes que jo i per tant es sentiran identificats amb la meva *journey*, és a dir, amb el meu camí).

**46. Finalment, quin tipus de relació creus que tenen els teus seguidors adolescents amb tu (ets el seu ídol, el seu model a seguir, merament entreteniments i inspiració)?**



Crec que potser se senten identificats amb mi en certes coses. Crec que hi ha aquest vincle més profund, és a dir, que els meus seguidors tenen un vincle profund amb mi, crec que sí perquè jo creixent no he tingut sempre un referent o gent en qui aspirar perquè no hi havia ningú que vestís com jo i que fes les coses que jo aspirava a fer de gran, llavors suposo que el fet de trobar algú que és com tu, que ve d'on véns tu i que té tantes coses en comú amb tu, fent el que tu somies fer, doncs deu inspirar aquesta "admiració", per tant considero que hi ha un vincle més profund. No és que els meus seguidors només em segueixin perquè s'avorreixen i per entreteniment i per inspirar-se una miqueta i ja està, a mi m'agrada pensar que hi ha més que això. És a dir, no ho sé de segur, però pel que em diuen algunes persones, si m'han dit que els he ajudat o que els he animat o semblar... Pot ser que hi hagi influencers que el seu públic tingui una relació més distant amb ells i que simplement hi vagin per una qüestió merament estètica, però jo no és que controlï al màxim el que fan ells ni que tingui un pla superplanificat de què faré, una cosa molt preparat i molt "artificial", sinó que intento fer el millor que puc, vaig fent el que a mi m'agrada (que se suposa que també és el que a ells els agrada, a la fi i al cap estic una mica al seu servei). És intuïtiu i sobre la marxa i mantenir-ho fàcil i lleuger i no massa rígid. Per això potser amb altres hi ha una relació més freda, però potser amb mi tenen una connexió més profunda al prendre-m'ho així més personal.

## Entrevista Marissa Monturiol, propietària de la marca Sanjana and Me

### Per trencar el gel...

#### 1. Si us plau, presenta't

El meu nom és Marissa i tinc 44 anys, en faré 45 a l'agost d'aquest any. Jo estava a l'Índia, vaig decidir marxar, me'n vaig anar a l'Índia, i treballava allà en una buying agency que fabricàvem per marques d'aquí i de diferents llocs d'Europa, però jo em centralitzava una mica aquí. Llavors allà va ser on vaig començar a agafar experiència amb el món tèxtil i m'agradava el que feia. Llavors vaig tenir un problema de salut que em va obligar a prendre una decisió: el vaig tenir allà, em donaven quinze dies de vida i va ser prendre una decisió ràpida i venir a operar aquí o allà i per la meva família, perquè la recuperació era d'un any, vam decidir que fos aquí: per l'idioma, pels meus pares... Llavors una vegada vaig acabar ja vaig tornar a casa, perquè jo tenia la feina allà, estava casada allà, i tenia la meua vida allà, però tenia els controls cada sis mesos. Clar, em passava més temps volant aquí, revisions, tornant allà... estava entre aquí i allà i vaig decidir venir cap aquí. Llavors ell treballava i jo em vaig quedar embarassada, vaig tenir a la nena, la Sanjana, i em plantejava què fer, perquè jo era una persona que sempre havia fet coses, sempre havia estat activa, jo estar a casa no sabia estar-hi, i com que tampoc em permetia tenint a la nena treballar i el problema de salut que havia tingut em varen atorgar una incapacitat, em vaig reinventar. Hi havia gent que em demanava d'on treia les coses que portava (perquè portava coses entre índies i una mica europees), jo anava vestida amb el meu estil i m'ho demanava també alguna botiga fer-los-hi alguna col·lecció càpsula expressament per ells i llavors el meu marit em va dir "i per què no

t'ho fas per tu?" i així vaig començar. Vaig començar des de casa, amb la petita, fent-ho com podia, vaig posar el nom de la Sanjana (Sanjana and Me) perquè sempre era ella i jo i he anat creixent a poc a poc una mica, res de grans coses, però vaig fent mercats, vaig tenint seguidors que em van seguint, clientes que els agrada el que porto, vaig buscant tresors a l'Índia (hi vaig dos cops l'any quan la pandèmia i tot ho permet), busco coses que ja estan fetes entre els artesans i tal, coses vintage, o llavors també faig produir petites produccions per mi i ara s'han afegit al carro algunes botigues. D'Espanya he fet alguna cosa amb alguna de Madrid, però que faig fixes són Galícia i dues a Barcelona (jo els envio cosetes i ho vaig fent jo), online i algun mercat.

## **2. A què et dediques? Què vas estudiar? On has treballat?**

No té res a veure, la meua vida és vario pinta. Vaig estudiar primer història de l'art, després vaig fer graduat superior de relacions públiques (que eren 3 anys) i llavors a Girona es va implantar la carrera per primera vegada la llicenciatura de publicitat i relacions públiques. I aquell any acabàvem tercer, i els que acabàvem tercer ens van donar l'opció (els que teníem selectivitat) de continuar amb la llicenciatura de publicitat i la vaig fer. He treballat de diverses coses: primer, després de la carrera, me'n vaig anar a Irlanda perquè l'anglès sempre era la meua assignatura pendent, no m'agradava i això que la necessitava per la carrera que feia, però com que allà no teníem obligació en aquell moment de tenir-lo, me'n vaig anar a Irlanda, vaig pensar "a veure allà si a marxés forçades n'aprenc". Vaig començar treballant al que és ara el Primark aquí, que allà es deia Penneys (de penic), va ser el primer, i vaig començar a treballar allà de dependent amb el meu superanglès que no sabia res, i a partir d'allà em van entrevistar en un banc, el BNP Paribas (el banc d'inversió de París, el banc nacional) i vaig estar treballant allà quasi dos anys. I al cap de dos anys de treballar en un banc jo veia que sí, ja m'agradava tot el que m'envoltava, però jo estar en una taula gaire temps amb la mateixa rutina, no. Llavors vaig decidir tornar, vaig tornar a Barcelona i em vaig dedicar a ser visitadora mèdica per Bayer i vaig estar quatre anys fent de visitadora mèdica per Bayer. Llavors volia un canvi i ja volia marxar, i abans de marxar un científic (un veterinari que estudia coses de cèl·lules mare a través dels ous a Barcelona) em va dir "Marissa, per què no m'ajudes? Necessito que m'ajudis a industrialitzar el producte que vull fer". Total, que el vaig ajudar i amb la tonteria vaig pensar "ara faig un any, l'ajudo i me'n vaig". Vaig estar quatre anys més fins que vaig dir "ja no vull allargar-ho més, me'n vaig". Vaig deixar-ho tot, em vaig vendre el cotxe, vaig deixar el pis i me'n vaig anar cap a l'Índia. I a l'Índia me'n vaig anar tres mesos a col·laborar amb una ONG perquè no tenia res de feina ni em sortia res i vaig pensar "doncs bé, vaig a una ONG i després ja veuré", perquè una cosa és anar-hi de turista i l'altra és viure-hi" i volia veure realment si m'agradava. I sí, ja em va robar el cor l'Índia i el que és ara el meu marit i vaig tornar al cap de tres mesos, però ja era "què faig aquí? Què faig aquí?", tenia el cap i el cor allà i llavors sí que ja ho vaig penjar tot i me'n vaig anar allà. Llavors vaig estar buscant feina allà, el primer que em va sortir va ser una empresa d'enginyeria que es dediquen a fer els peatges d'autopista i vaig estar treballat d'això que no en tenia ni idea, però bé, jo anava fent, una mica més a la part comercial i després ja em va sortir aquesta feina que jo era el que realment m'hagués agradat fer a pesar que sense estudis és més difícil. I em va sortir això. Vaig tenir molta sort i era una agència (una buying agency, una agència intermediària entre la fàbrica, el productor que produeix roba, i la marca), anomenada Indospanish, que estava formada per un

indi i per un espanyol que feia molts anys que treballaven junts i em van agafar. Per exemple teníem Nice Things com a marca d'aquí de Barcelona, doncs Nice Things, les buyers, les que compraven, i la dissenyadora venien allà amb nosaltres i nosaltres en funció del que ells volien els presentàvem teixits i els dirigíem al fabricant, llavors ells negociaven nosaltres els ajudàvem i fèiem una mica d'intermediaris. Llavors aquesta agència, que seríem nosaltres, s'emportava un 10% com a comissió de la producció d'ells i així subsistia. I jo vaig començar a créixer i a formar-me amb ells, però la vida sempre et sorprèn i em va posar aquest entrebanc pel mig i vaig haver d'adaptar-me al que hi havia i vam tornar aquí, per això va ser "i ara què faig?". I a més aquí, que no tenim tant de tèxtil (sí que n'hi ha, però sense jo tenir experiència o venir d'això era més difícil, l'experiència que tenia era la bàsica d'allà), em vaig reinventar creant Sanjana and Me.

### **3. Què és el que t'agrada més de la teva feina?**

De la feina que faig, per exemple, no em vinguis ni amb l'apartat de números ni l'economia ni l'apartat d'ordinador. Per exemple el que és xarxes socials porto ben bé l'Instagram i perquè el necessito per viure (per créixer com a negoci) perquè és el que hi ha avui dia (el que vindrà després suposo que serà Tik Tok, però jo m'he quedat amb Instagram de moment), i sí que em carrega una mica en el sentit que tens la pressió que cada dia saps que hi ha gent que t'està esperant que posis alguna cosa, i dius "i ara què poso?" i t'has d'estar pensant i fer fotos. Per exemple ara vaig estar a l'Índia fent la nova producció, vaig estar tot el mes de març, i allà se'm va trencar el mòbil que tenia, me'n vaig haver d'anar a comprar un (em vaig quedar sense fotos, sense la informació, sense els contactes, sense tot). Me'n vaig haver d'anar a un mercat local a comprar-ne un per subsistir i encara vaig amb aquest perquè Apple encara no m'ha pogut solucionar el problema. Clar, no puc fer fotos, haig de demanar a la gent que vingui a fer fotos, dependre dels altres et quedés una mica com un electricista sense eines. Però el que més m'agrada és que jo sóc feliç buscant, me'n vaig allà i busco coses que m'agradin. Sí que també t'haig de dir que és dur perquè surto a vegades a les 7, quarts de 8 del matí i no torno fins a les 9 del vespre, ni dino (esmorzo una mica i sopo quan arribo a l'hotel). Hi estic hores i a llocs bruts i amb pols i remeno... però m'agrada i em satisfà perquè també tens els teus dubtes i allà et pot agradar una cosa, però llavors comences a dubtar quan ho vas veient: "i els colors encaixaran allà?", "ho trobaran massa indi?", "agradarà a les clientes?", "et diran on vas amb això?". Quan en veus tant i tants de teixits que has d'anar escollint per un dissenyador suposo que és més fàcil, però jo et puc dir m'agrada o no m'agrada, però a l'hora que em presentin teixits i jo saber com quedarà el vestit final em costa, em poso la roba per sobre i penso "ui, ui, ui, no ho veig", és com quan et deixen escollir colors per pintar una paret d'una habitació, el color t'agrada sobre el Pantone, però dius "com quedarà tota la paret?", no en tinc ni idea, doncs seria una mica el mateix. Llavors la satisfacció me la dóna quan arribo aquí i veig les clientes que es tornen boges, per exemple ahir que vaig fer el pop up aquí a Olot, havien arribat aquesta setmana unes bosses de mà fetes d'unes teles dels anys setanta [normalment dono vida a altres teles: a saris (escullo saris i els faig fer quimonos o els faig fer mocadors...)] i es tornaven boges, els encantaven. Clar, llavors aquesta satisfacció personal que et dóna (perquè han sigut hores a darrere, estar lluny de la Sanjana, estar hores fora de casa...) doncs això és el que més m'agrada.

**4. Quina és la teva rutina? Quin és el teu dia a dia? Per exemple, quines activitats tens en un dia? Contactes amb influencers, amb altres empreses...? Què fas?**

Durant el dia normalment estic jo sola, tinc el meu marit que m'ajuda perquè haig de fer des dels proveïdors (que estic fent produccions), anar seguint (no és fàcil Índia, és a dir, són super macos, però és una societat super diferent de la nostra: em trobo que si no hi estic a sobre prioritzen totes les altres feines que tenen o tot l'altre que tenen perquè els has de donar un 30% avançat de la factura final, per tant ja compten amb aquests diners i et van fent altres coses si tu no estàs a sobre, si tu estàs a sobre perquè dius "bé, ho necessito si us plau" se senten pressionats i et diuen que si us plau no els pressionis. Clar, llavors dius "com m'hi poso a actuar?". Per exemple jo si és aquí jo sé que recordant-li un cop de tant en tant o només escrivint un correu "tot va bé?" ja me n'oblido, ja sé que responen, però allà no, allà és "si li truco perquè li truco, sempre et donen excuses...", pateixes fins que no t'arriben les coses i si t'arriben bé). Llavors les coses que em van arribant: haig d'anar planxant, ho haig d'anar posant bé, haig d'intentar fer fotos per tenir-ne per uns quants dies per l'Instagram, la pàgina web (que últimament la tinc molt descuidada), organitzant i planificant per mercats (buscant per mercats perquè ara per la pandèmia també molts comencen i t'ho comencen a dir, t'apuntes, es van anul·lant en funció de les zones. L'any passat vaig començar, el juliol va ser la meva primera ruta, va ser pel nord d'Espanya (primer va ser a Madrid i amb aquestes de Madrid se'ns van emportar pel nord d'Espanya, ens van proposar perquè no anàvem amb elles), l'experiència va ser molt bona i va ser quan vam continuar nosaltres. Nosaltres vivíem a Valladolid, però amb la pandèmia hem vingut aquí a Olot perquè jo sóc d'Olot i ara doncs em vaig haver de buscar mercats de Barcelona. Ara ja estic introduïda aquí a Barcelona, on aniré a parar no ho sé perquè el meu marit la seva oficina està a Madrid, però com que amb la pandèmia teletreballen l'oficina està tancada, de moment estem aquí, ens centrem aquí. Clar, ja tinc tota una ruta: per exemple vaig acabar l'últim mercat el 5 de gener per reis a Barcelona i ara febrer només vaig fer aquí a Olot (com a descans una mica i vaig fer aquí a Olot per donar una mica d'activitat, que em va anar bé per anar traient coses) i ara al març em vaig dedicar tot el març a produir i a centrar-me en el nou. Ara ho vaig rebent: a mesura que es va produint vaig rebent. Doncs ara em toca anar planxant, anar arreglant-ho, anar pensant què m'emporto a cada mercat perquè dels que tinc experiència més o menys sé el tipus de clienta que em ve i què li vaig oferir l'any passat i què no puc tornar a repetir perquè ara esperen cosa nova perquè em torno a incorporar. Llavors sembla que no, però és cansat, a més tinc la petita (que he estat un mes fora) i que ara deu tenir por que torni a marxar i no em deixa ni sol ni ombra. Clar, m'ho posa molt difícil fer coses, llavors la meva feina quasi tota és online: clientes m'escriuen, altres m'escriuen demanant preus, "em pots mesurar? Em pot deixar mesurar això?...". Clar, haig de deixar de fer tot l'altre que estic fent perquè no puc delegar a ningú. Fer enviaments: avui estic preparant enviaments perquè demà han de sortir (un cap a Las Palmas, l'altre cap al País Basc...). Vaig fent com puc i a vegades penso "ostres, m'hauria d'organitzar més", el que passa és que has d'improvisar perquè et van sortint coses del dia a dia que no les tens contemplades, i em vaig organitzant com puc.

**5. Amb quin tipus de contingut t'agrada interactuar o entretenir-te (és la televisió, o Internet...)? És a dir, què mires a la tele? I a Internet?**

La televisió m'és ben bé un mitjà de desconexió, sobretot als vespres que si no a vegades em costa dormir perquè el meu cap va pensant "demà he de fer això, aquesta clienta demà i allò...", llavors em poso la televisió, el meu cap deixa de pensar i em quedo adormida. Em dius "segueixes alguna sèrie, alguna pel·lícula, algun programa?", no, quan poso la televisió el que enganxi en aquell moment allò deixo perquè em distregui. Estic mirant més el que seria Instagram perquè aprenc d'altres marques, a més a més és molt difícil fer coses noves i portar coses noves, llavors sempre veus algú que també ha anat a l'Índia, que hem coincidit amb el mateix teixit, però jo potser he fet un vestit, ella ha fet un quimono, i hi estàs. Intentes mirar o seguir les que a tu t'agraden o et sents identificada, a veure què fa la competència (normal com fa tothom). I estic més a Instagram quan tinc les estones lliures, i contestant missatges i mirant si algú m'ha escrit...

**6. A quines xarxes socials està present la teva empresa (en quina tens més seguidors, en quina/es treballes, quina et funciona millor...)?**

A Instagram, perquè vaig començar només Instagram. Llavors el Facebook hi havia alguna que et deia "ostres, és que només tinc Facebook", bé, vam obrir una conta, però el meu marit, el que jo posava a Instagram ho posava ell al Facebook. El que passa ara la veritat ni el segueixo el Facebook. No em diguis el perquè, però quasi totes són Instagram. El meu marit ha d'estar pendent, però ell també durant el dia té la seva feina i està amb diferents projectes i té molta feina, i a vegades li dic "has pogut parlar amb aquest proveïdor?". Intento treballar amb els petits (més tipus artesà), clar, n'hi ha molts que no parlen ni Anglès, clar, jo d'Hindi sé poques paraules però no per una relació comercial. Llavors el necessito a ell i a vegades té reunions i em diu "fins al vespre no puc", clar, també hi ha el canvi d'horari: llavors els altres ja no estan al lloc de treball. Vull dir que ho anem fent com podem, és una mica d'estar per casa. El fet que tinguem un altre sou que és el seu també em permet una tranquil·litat de dir "bé, si no he venut tant aquest mes doncs bé potser el mes que ve podré". Intento no posar-me tanta pressió (que a vegades no ho aconseguixo perquè et poses nerviosa o estàs de més mal humor perquè no arribes a tot...) perquè després de l'experiència que vaig tenir de salut, que has estat entre aquí i allà (em donaven quinze dies de vida i m'he hagut de tornar a reinventar perquè he tornat a néixer: he tornat a aprendre a caminar, a menjar, em van deixar paralitzada mitja cara, l'ull, tinc atròfia muscular, el coll també...), bé, intentes agafar-te la vida de diferent manera, abans era "ostres, si no arribo aquí, si no arribo allà, si no eres aquí, si no eres allà"... et desanimava més, el que volies era estar present a tot arreu. Ara no, la veritat em centro molt més a estar bé jo, intentant gaudir amb la meua filla, que la feina que jo faig m'agradi, que les clientes estiguin contentes, i l'altre doncs mira, perquè avui hi som i estem en un fil tan prim de ser-hi a no ser-hi. I més la pandèmia, que ja no has de passar una experiència pròpia, sinó que la pandèmia també ens ho ha ensenyat. Llavors vaig fent com puc, intentant aprendre de les meves companyes (perquè faig mercats): moltes d'elles porten molts anys, llavors jo primer anava amb dos burros i una taula i no sabia massa com decorar-la (encara em costa saber com poso les coses) i hi ha algunes d'elles que sempre ho posen igual (inclús fan fotos per veure com ho col·loquen, com ho deixen de col·locar... De mica en mica en vaig aprenent de tots.

**7. Com et sols comunicar amb els teus clients (whatsapp, Instagram, trucada, altres apps...)? I amb els influencers?**

Amb Instagram i WhatsApp.

## Preguntes:

### 1. Com definiries als influencers (per ex. de moda: què són, què fan...)? A qui es dirigeixen?

Sempre enfocat als adolescents. Clar, jo dins dels adolescents no tinc tanta experiència, però si em dius els influencers de moda bé, entenc que és una bona manera d'arribar al públic i que és un canal més de venda. Jo veig que avui dia sense Instagram i sense utilitzar alguna influencer costa molt més. Influencers n'hi ha que et fan pujar o que no, però per exemple si tens la sort que una coneguda, una famosa (qui sigui) li arriba la teva peça, la porta i la publicita tens moltes vendes assegurades.

### 2. Per què creus que és una bona oportunitat per a les empreses (per ex. de moda) contractar/utilitzar els serveis dels influencers (per ex. de moda)?

Perquè és un canal de venda i ja no has de pensar tant en el missatge que dones com a publicista, si toca el cor de la gent o no perquè compri. Si no buscar altres canals perquè sigui venda impulsiva, però la moda és més difícil que sigui impulsiu: a no ser que sigui una cosa molt barata no és tant impulsiu, la gent s'hi pensa més o s'ho mira més, en canvi d'aquesta manera et crea necessitat i el que vols és això: vendre i tocant a la gent, doncs quina manera millor a través dels influencers crees la necessitat de tenir allò, desig (que és el que tots busquem).

### 3. Per què creus que és una bona oportunitat per als influencers (per ex. de moda) ser contractats per a les empreses (per ex. de moda)?

Doncs perquè els dóna feina i és la seva manera de cobrar i la seva manera de tenir diners, i com més contractes tenen, com més empreses de renom tenen, doncs més famoses es fan elles, és a dir, seria de doble sentit: jo necessito un influencer que sigui superbò i que arribi a milions de seguidors, però perquè això passi, bones firmes o marques de renom també l'han de contractar a ella. Vull dir, que és una mica el peix que es menja la cua.

### 4. En resum, quin seria el benefici mutu d'aquesta cooperació?

Doncs aquest, retroalimentar-se els dos: un amb negoci i l'altre cobrant el seu salari i fent-se d'or perquè la majoria es fan d'or i tinc una amiga que em diu "les influències el que volen és menjar i beure gratis" i és veritat perquè avui dia n'hi ha fins i tot per restaurants i per tot.

### 5. Col·labores amb altres empreses o organitzacions (altres botigues de roba, mercats/fires...)? Cada quan? Qual sol durar? Normalment per què ho fas?

Estatal no. Faig per exemple un aquí a Olot que és un espai efímer i em van demanar si jo podia ser la primera de fer-ho (ho vaig començar fent jo), llavors faig mercats: faig a Barcelona al Gallery Hotel, faig BCN en las Alturas (allà a La Torre Bellesguard que patrocina La Vanguardia), he fet ruta pel nord d'Espanya, Madrid amb les Pop Up Chic (he començat fa poc, no massa, però vaig fent), per exemple venc allà on eren les World Family Ibiza (estan al Carrer de la Diputació al passeig de Gràcia) i ara dijous torno a l'Hotel Gallery que no hi tornava des de desembre llavors hi ha més gent que m'espera "quan tornaràs?!" i esperen novetats i ara és plantejar-me entre el temps que no acompanya, coses de l'Índia que no m'han arribat... vulguis o no estic més estressada i el poc que tinc doncs planxant-ho, pensant què portaré, què encaixa en el públic d'allà i per això et dic, no tinc temps. Sol durar mínim tres dies normalment (pot haver-n'hi algun de dos). D'un no en solc fer perquè no em surt a compte anar a muntar tot el que porto, tota la roba d'un

costat a l'altre per un dia i marxar (a veure si ho tingués aquí fora al costat de casa sí, però no me n'aniré a Barcelona a fer tot el desplegament per les 8 del vespre haver de tornar, llavors mínim són tres dies. Llavors si pot ser quatre doncs millor, però si no mínim tres dies. Més que col·laborar és un canal més de venda meu per arribar a diferent públic llavors m'agrada anar experimentant diferents mercats per no quedar-me estancada amb un públic i ja està. Per exemple a la zona de Sarrià doncs experimentar un altre. Jo crec que ara en vindrà un per la zona del Maremagnum que no ho he experimentat mai i potser ho trobo (que no és el meu públic, doncs ja ho veuré en funció de les vendes i de la resposta de la gent) i així anar mirant. N'hi havia un altre a Vilassar de Mar que no sé si el faré, a la Costa Brava, S'Agaró, a l'agost que ja ho tinc contractat, per exemple. El juny Talento Studio que són els mateixos de La Bòbila de La Bisbal i també ho tinc contractat. Algun ja el tinc tancat i d'altres no, d'altres que has de demanar: t'has de posar a la web, has de demanar sol·licitud, has de vendre tu com a marca, posar fotos... i ells decideixen si t'admeten o no cal (sóc tan vaga o no tinc temps i encara no ho he fet). Un seria Motores de Madrid (que el tinc pendent) i l'altra Palo Alto a Barcelona que són els dos importants. El Barcelona a les Altures (que aquesta serà la segona edició que faig) i Palo Alto (que és aquest procediment i encara no l'he fet). Però intento per exemple almenys anar a 3 o 4 d'aquests mercats al mes, intento fer-ne 2 i ara quan ve el bon temps 3, 4 i sumar hi sigui (tots els que puc). És el meu canal de venda a part d'online.

#### **6. Treballes amb influencers (entenc que de moda)?**

Sí, la Mileva Jevremovitch de Madrid. N'havia fet amb un altre aquí a Barcelona, que a través del Gallery Market (d'aquest mercat que faig): elles les porten, llavors a vegades et sents una mica obligat i va ser el cas d'aquesta que em vaig sentir una mica obligada [es diu María José Cayuela, té molts seguidors (més que la Mileva) i a mi no m'agrada tant]. I la Mileva em sembla que el seu avi era de per aquí dalt (països de l'est), però no me'n recordo d'on (ella és espanyola, però per això té aquest cognom i li van posar Mileva perquè era el nom de la seva besàvia i a casa seva els va agradar i li van posar així. Bé, per exemple jo vaig fer ara fa poc un sorteig juntament amb Babadea (que produeixen bosses de mà aquí a Espanya en l'àmbit ecològic) d'una bossa de mà d'elles i un quimono meu. Doncs amb aquesta noia ens vam ajuntar i vam fer un sorteig juntes i ara estem parlant amb una altra noia d'aquí Olot [que aquesta sí que l'han entrevistat a l'Hola... (també perquè ve de família bé i a casa seva són els representants de Fred Perry a Espanya i vulguis o no tens més entrada]. Doncs amb ella vam parlar de fer una línia de bosses de mà junts, si sortirà o no, no ho sé: jo portaré teles de l'Índia, ella és la que fa bosses de mà (jo no en tinc ni idea) i faríem alguna cosa junts, suposo que com una col·lecció càpsula amb un altre nom que no fos només el seu ni el meu, amb un altre nom i llavors seria com una col·laboració entre ella i jo temporal. Això és un pla, és un projecte. Busco, però no és fàcil: que tinguin més o menys els mateixos objectius que tu, que concordi amb la teva línia de fer... no és fàcil perquè d'haver-n'hi n'hi ha moltes, però llavors dius "ai, em ve de gust fer res? Amb aquesta no m'identifico gaire" i llavors vas buscant una mica això.

#### **7. Si és que sí, per què hi col·labores? Cada quan? Qual sol durar? Normalment per què ho fas, per a què els contractes?**

Bé, el primer que vaig fer va ser aquest només del sorteig amb aquesta noia i era això de posar likes a les dues... (era una manera d'arribar a més seguidors i una

acció puntual d'un moment i de moure una mica les xarxes socials, de dir jo no havia fet mai cap sorteig ni havia fet mai res i penses "bé està de moda i tothom ho fa" i n'he fet un i ja em conformo (vull dir que no me'n cal fer 60), però veia que un no estava malament i fent-ho amb algú que dius "mira, doncs mira, un quimono meu de vellut i una bossa de mà d'ella" i la guanyadora va ser una de Màlaga que vam mirar de dintre la gent que teníem doncs que no toqués a alguna molt "choni" que no ens representés a cap de les dues, va tocar a una de Màlaga que mínimament semblava maca i vam dir d'acord i li vam comunicar, li vam enviar i ara ens va dir que passaria fotos amb les coses i bé, doncs és una manera de llavors quan ens passi les fotos de posar un post "mira la guanyadora x ens ha enviat fotos", no ho sé, de mantenir activa també la xarxa perquè sinó cada dia què fas? Jo ja estic cansada de posar o peces soles sense cos o peces posades a mi que també ja estic ben avorrida. Bé, per exemple aquesta va durar una setmana: vam donar de diumenge a diumenge, que tenien temps de fer les premisses del sorteig, i ara amb aquesta que farem (la Laia) si podem serà d'estiu, no ho sé, a juliol i agost doncs fins que s'acabi una col·lecció càpsula que hem llançat aquest estiu si ens surt bé perquè també ella ha de provar si amb les teles aquestes de saris vintage que jo li porto va bé, no va bé... Bé, és un projecte i com aquest en vull anar buscant d'altres, però no és fàcil per l'entorn, perquè és el que tinc aquí, els desplaçaments (que no ens podem moure gaire)... Bé, per poder fer l'entrevista no ens hem pogut ni trobar i no estem tan lluny.

- 8. De ser així, amb quin tipus d'influencers de moda treballes [nacionalitat (proximitat, del país, estrangers), edat, especialització (de complements, de roba), amb certes característiques físiques (altes, morenes, color de pell), idioma, estil (soft, sexy)], tipus (macro influencers, micro influencers...)? Busques un perfil concret que s'adapti als teus seguidors i a la teva empresa (ex. relacionat amb la Índia o amb l'slow fashion) o varia segons el que vulguis aconseguir (per ex. promocionar) amb aquesta col·laboració, el que vulguis publicitat o a qui et vulguis dirigir (un altre públic que no sigui el teu, per ex.)?**

No, que m'agradessin i en principi les busco de per aquí perquè són les que més segueixen les meves clientes que poden comprar ara. A Itàlia n'hi ha segur de xulíssimes, però no ho sé, potser no em compraran les italianes i les d'aquí potser no la segueixen, per tant intento buscar dins del que hi ha (les meves de per aquí) i bé, de moment em centro en una perquè ja m'identifica i veig que la gent ja la troba marca (que no vol dir que no en busqui algun altre doncs que no sigui tan guapa i no siguin tant tipus model perquè la gent també diu "oh, però a aquesta li queda bé", que sigui més d'estar per casa, per dir alguna cosa, perquè hi hagi els dos vessants de clientes que es puguin sentir identificades.

- 9. Com filtres amb qui col·labores i amb qui no?**

No busco que siguin influencers gaire grans o més aviat petits o que estiguin relacionats amb l'Índia o amb l'slow fashion, sinó que tinguin un cert nivell de tot i l'estil de fer unes fotos, de posar elles, de posar el comentari (què posen, què no posen), quin tipus de seguidores tenen... a veure, no m'he posat a mirar-li totes les seguidores perquè m'imagino que en té un ventall molt ampli i n'hi ha que segur no voldria ella, però el que busco és una mica això: que amb ella m'hi senti identificada i ja està.

- 10. T'acostes tu més a ells o ells a tu o ambdues? Si se t'acosten, quin tipus d'influencers són (de moda, d'Instagram...) i per què no hi col·labores?**



Elles van buscant diferents marques, llavors quan et veuen, quan veuen per exemple la Mileva porta alguna cosa meua que elles no sabien qui era jo em busquen i em segueixen i em van posant likes perquè les vegi. Sí, ja les he vist, però penses "bé, em surt a compte el retorn?". No, n'hi ha una que em sembla que està a Portugal que aquesta col·labora amb algunes marques de per aquí el nord i Galícia (que ja estem més lluny) i és com divertida, un estil molt diferent de la Mileva: és com més baixeta, però sempre va combinada de colors molt xula, amb coses més low cost, però amb estil, amb gust, llavors aquesta també penso que potser li parlo algun dia, no ho sé, perquè de Portugal aquí tampoc està tan lluny.

**11. Quina estratègia creus que fan servir els influencers (per ex. de moda)?**

Elles quan col·laboren els has de donar la peça gratuïta (la majoria), i ja està, llavors elles fan fotos, que el que a mi em molesta moltes vegades és que els dic abans "escolta, necessito aquestes fotos perquè ara és Nadal i t'envio aquest quimono, el necessito ara per festes, no em serveix que m'ho enviïs després" i em responen que sí. Llavors els has d'anar al darrere cada dia, clar llavors això a mi no em va i m'ho passen l'últim dia del market (per això a aquesta la vaig sentenciar, vaig pensar "mira, nena!", aquesta de Barcelona). A més a més va utilitzar el quimono que li encantava meu per fer promoció d'altres marques d'altres coses i es va fer fotos abans i vídeos abans, però no coses de moda sinó de farmàcia, o d'estètica o altres, però dius "escolta, si jo te l'envio i a més a més tu me l'has demanat i amb tota la barra que ni t'atreveixes ni tens la delicadesa de dir "què et dec?" (almenys els costos d'enviament, no ho sé) perquè no he sigut jo que li he demanat i a sobre m'ho utilitzes per tot menys per allò meu... diu "avui posaré un vídeo, però no l'agafis perquè és per un altre contracte", escolta noia, doncs treu-te el meu quimono. Però llavors jo també sóc tonta, no li dius i dius "bé, ja està, s'ha acabat".

**12. Fas servir una estratègia a les xarxes socials? Si és que sí, quina és? És diferent de quan estàs treballant amb un influencer (entenc que de moda)?**

Cap, per exemple la Mileva a vegades em diu "ja sé que són coses vintage, són peces úniques" però clar, a mi no em surt a compte donar-li perquè si ella se la posa no n'hi haurà cap més per vendre perquè només és una irrepetible, llavors ella diu "bé, deixa-me-les per fer la foto i te la torno" (algunes peces, perquè elles també en necessiten, si a mi ja em costa cada dia a veure què faig, elles viuen d'això, també tenen més pressió. Potser hi haurà un mes que no donen l'abast que han de fer 60.000 fotos i un mes que només en tenen dues i han d'estar buscant-se la vida). Però no li he enviat moltes coses, però li he anat enviant de tant en tant. Ara l'últim quimono que li vaig enviar ja li ha tret molt suc perquè ha fet com 3 o 4 vegades, ara unes fotos que em va passar ahir doncs les posaré aquesta setmana i ja buscaré alguna cosa de cara a l'estiu per passar-li (algun vestit o alguna cosa).

**13. Relacionat amb l'estratègia, en cas d'estar treballant amb un influencer de moda, com ho feu? [Per ex. cada quant publiqueu (com fragmenteu les publicacions i per quin motiu), esteu especialitzats en algun públic específic, com escolliu el contingut, quina és la temàtica del contingut (és a dir, quins criteris compleix) quin és el format del contingut (aneu més per imatges, vídeos, text, temàtica, demaneu feedback del públic...)? És diferent de quan no estàs treballant amb un influencer (entenc que de moda)?**

No ho sé, n'hi ha moltes que molt sovint. Jo aquesta potser ara fa dos mesos que li vaig enviar l'últim quimono i ara ja l'hem anat fent com que encara es pot vendre doncs hem anat fent aquest, ella va anunciant altres coses i ara li enviaré alguna

altra cosa. No els demano tipus "vull que publicis cada x...", jo el que li dic és "sí ara t'envio res tindràs disponibilitat?" Sí o no em diu, llavors del que jo tinc per poder-li enviar perquè clar, també s'ha de sentir identificada ella, si jo li envio alguna cosa que no li agrada no m'ho sabrà vendre tampoc perquè no se sentirà tan còmode, llavors jo li ensenyo les coses em diu "mira jo sóc més d'aquests colors" o "sí, això m'encanta, em va molt" o "aquesta talla és la meua", "això no perquè sóc molt alta i no em queda bé"... llavors busquem altres coses. Una mica això. Vull dir que jo no els marco de cap manera, el que li dic és si té d'entrada disponibilitat per enviar-me-les una mica ràpid (les primeres almenys) per jo tenir fotos, sinó jo no li envio. Elles ho fan: es fan fotos pel seu Instagram, també ho posen a històries, però et posen no a tu sola (per exemple un quimono meu ensenyant-me a mi i proud), sinó que portarà un pantaló que potser s'ha comprat ella a una botiga supermaca i l'anuncia per les seves seguidores si el volen anar a comprar, vull dir que no m'anunciarà només a mi, però bé si ja són jaquetes que és el que es veu més principal doncs ja estic contenta (almenys que surti el meu nom), però llavors elles m'etiqueten, jo ho puc tornar a posar a les meves històries (d'ella etiquetat a mi, repost). Llavors els demano "em pots enviar les fotos pel dia que jo ho vulgui publicar?" i em diuen "sí, i tant" i m'envien les fotos. Quan col·laboro (amb la Mileva o qui sigui) elles pengen en el seu Instagram fotografies amb els meus productes, ho posen, però llavors també és per mi, també m'ho donen perquè potser jo tinc seguidores que directament no la segueixen a ella, però llavors quan jo ho poso al meu Instagram la veuen a ella.

#### **14. Quin tipus de contractes tenen els influencers (per ex. de moda) amb tu (per ex. pagues per resultats)?**

Bé, amb ella una mica això (el retorn aquest): jo li dono una peça a canvi que ella es faci fotos. Si aquesta setmana em diu "ostres, per aquesta setmana vaig malament, la pròxima t'ho prometo", d'acord, doncs ja està, la pròxima m'ho fa, a mi no em ve tampoc d'una setmana si no és res molt urgent. Llavors les altres ja són contracte amb diners, les més altes. Per exemple la Patrizia Casarini (@patzhunter), una senyora italiana instal·lada a Barcelona, ja grandeta, demana 800 euros perquè està supercotitzada (a part que li regalis la peça, 800 euros). Clar, llavors dius "bé, estic disposada a gastar 800 euros només perquè ella surti en una amb una foto?". Si en tinc molts que em sobren sí que ho faré, però ara per ara no.

### **Preguntes adolescents:**

#### **1. Tu què creus que els adolescents valoren en un influencer (per ex. de moda)? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

En el cas d'aquestes seguidores meves adolescents en mi, jo no crec que la influencers que jo els pugui oferir o que puguin veure al meu Instagram els sigui molt influencer per elles, perquè en tindran d'altres més que jo desconec o que jo no m'hi he posat, perquè jo busco el que m'agrada a mi i que jo em senti reflectida. Llavors he tingut adeptes doncs perquè els agrada alguna jaqueta que han vist posada en mi i són noies més jovenetes (però com que jo vesteixo molt sport doncs potser alguna cosa s'hi han vist bé). També són un tipus d'adolescents (perquè les que tinc jo són de 20 i escaig, les que em compren com adolescents) que ja comencen a anar molt arreglades: amb un abric, amb un mocador meu (els agrada un mocador que tingui cos), amb una bona bossa de mà, però s'ho combinen amb una bossa de mà meu d'aquests reciclats... Per exemple, ahir a la botiga em van venir dues professores

que treballen amb una adolescent d'aquestes de 20 i escaig d'anys que els encanta tot el que porta que m'ha comprat (de bàsics no, però de tant en tant es compra una jaqueta tipus bomber d'un material meu vintage o es compra una súper bossa de mà...) i criden l'atenció (perquè són colors diferents, són teixits diferents...). Vull dir que ella, tenint 20 i pocs anys, m'ha fet venir a professores i altres noies més grans que ella que treballen amb ella i que li veuen les coses. A la meua pàgina si mires i veus les dues influencers que he utilitzat fins ara jo no crec que s'hi identifiquin elles, tenen uns altres referents (entre elles mateixes i que ho han vist en algú altre). He aprofundit en el seu món? No, perquè el meu marit em deia "però t'hauries de centrar" però jo també el desconec. Potser si jo tingués la Sanjana que fos adolescent m'hi hauria introduït més, però com que ja tinc prou feina en seguir el meu dia a dia amb les meves seguidores més grans no he tingut temps de focalitzar en aquest target més adolescent. Encara que jo hagi vist que les meves seguidores valoren la meua honestedat o com em queda a mi, és a dir, que realment saben que el que estic ensenyant i el que porto jo realment ho portaria jo, que no és fals, aquesta opinió no sé si correspondria també al meu públic adolescent, no t'ho sé dir ben bé perquè jo crec que el públic adolescent que jo tinc com a client es focalitza més en això: en alguna jaqueta de tant en tant que veuen, mocadors, necessers d'aquests diferents quan han de fer algun regal, alguna jaqueta que han vist que he tret un moment puntual de l'estiu quan em veuen a un market i llavors venen totes. Que les tinc com a seguidores, després interactuem molt? No, fins ara a l'estiu que tornarà a venir que a l'estiu sempre vas més "amb un esclop i una espadenya" perquè et dóna més joc l'estiu que no pas l'hivern. Però per la resta de coses jo crec que elles tenen el seu propi mercat que no és el meu propi. No s'identifiquen tant amb mi si em veuen a mi un mocador i pensen "ai, mira quin mocador porta", no. Quan ho veuen allà elles saben que aquell mocador l'estan buscant o que els va molt bé per posar-se aquests pareos (jo els venia com a mocadors, per mi són mocadors, i una d'elles va venir, se'l va començar a posar com a faldilla i a darrere van venir totes a buscar els mocadors pareos, i jo deia "però pareos? Jo no els tinc" i em deien "sí, aquella noia que ha vingut" i jo deia "ah, és això, però per mi és un mocador". Que llavors són elles que entre elles tenen les seves seguidores, però en mi han trobat peces que els agraden o que anaven buscant o que les han trobat diferents, però no perquè les han vist en mi, com em queden a mi (com el públic que jo tinc).

**2. Quina creus que és la dieta de mitjans dels adolescents respecte al seu consum del contingut d'influencers de moda [cada quant, dispositiu, hora, per què (motiu), xarxa social/xarxes socials]? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

Les que jo tinc que tinc controlades, per exemple, una fa poc em va comprar una jaqueta bomber que ja havia vist l'any passat (que en portava una perquè solc portar coses que o són de fabricació nova i que en tinc més d'una o són coses vintage que n'hi ha una i si no tens aquesta ja no n'hi haurà més ni se'n pot fer més). Llavors una d'aquestes adolescents (que ella també crea seguidors en ella mateixa perquè els agrada com ho porta, és molt primeta, és alta, ho sap portar) li va agradar una i quan va arribar ja no hi era i sempre (perquè em segueix i posa likes i semblar) em deia "Marissa, quan em tindràs una jaqueta d'aquestes?" i jo li deia "a veure, treu-te del cap que sigui igual perquè igual no n'hi haurà". Ara aquesta vegada que he anat a l'Índia n'he fet fer tres de tres teixits vintage que vaig trobar que m'agradaven.

Llavors quan vaig arribar la vaig contactar i ella estava ben emocionada i li vaig dir "jo no sé si t'anirà bé perquè els acabats són diferents, he canviat l'artesà, per mi són millors però mira-t'ho tu". Llavors li va encantar, va tenir problemes en decidir quina i se'n va quedar una i se la va quedar súper contenta i aquesta la tinc sempre de seguidora. Llavors en tinc una altra per exemple aquí a Olot (que no és tan lluny) que l'altre dia va venir a la botiga i també té 26 anys crec i feia molts anys que m'havia comprat un anell a l'Índia al carrer i tothom se n' enamorava (de grans i de més jovenetes) i em deien "ostres aquest anell!", i gent em deia si era d'or i jo deia "si és llautó", i "ostres, busca'ns un!" i jo pensava "ai, jo el vaig trobar una vegada al carrer en un poble, però no sé on trobar-lo", total, que aquest any vaig pensar "fes-lo fer". Vaig anar a un joier i li vaig dir "me'l podries fer?" i em va dir que sí, i vaig aprofitar per triar colors de pedres diferents, ja que la feia fer. Doncs una altra adolescent em va venir i se'n va quedar un en rosa i ja el porta ben contenta. Jo no pensava que una adolescent vindria a comprar un anell d'aquests perquè a més a més és una mica gros... doncs ben contenta amb l'anell. Llavors, bé, en vaig tenint, el que passa és que clar, a moltes de les altres a mi em segueix molta gent, al jo no tenir botiga física i ser només online, moltes de les seguidores que tinc (que les tinc a Valladolid, jovenetes, i les tinc pel que et deia Madrid...) fins que jo no faig algun market que elles poden venir no em compren online. És a dir, que adolescents tipus de 15 a 19 anys no en tinc gaires si no són aquestes de Madrid que van a Navarra, és a dir, les altres si són adolescents són més aviat joves de més de vint anys o sinó ja gent més gran. Jo crec que miren el meu contingut (què he penjat...) als vespres i la majoria des del dispositiu mòbil. Només penjo a l'Instagram (si el meu marit no m'ho fa), perquè ara que em vaig quedar sense mòbil ja no tinc ni accés ni al Facebook perquè no me'n recordo de la contrasenya ni del meu personal, i com que tinc altra feina que pas restablir el Facebook no estic veient si ho està posant al Facebook o no, però la meua feina i amb el que em centro és en l'Instagram, inclús hi tinc el meu mòbil per si volen escriure'm per WhatsApp i moltes vegades la venda, per exemple ahir una senyora m'escrivia o una noia (no sé quina edat té perquè també em passa això, que pot ser que tingui, no ho sé, vint anys i jo no en tinc ni idea) em demanava una mica les mides perquè són quimonos estàndards (que no són talles), em va dir que el comprava i em va dir "el tens a la web?" i vaig dir que no, llavors em va dir com podíem fer la venda i li vaig dir que si volia per WhatsApp i formalitzem la venda moltes vegades per WhatsApp, a més ara que tothom va amb Bizum. Llavors jo quedo força parada de la gent (la majoria adolescents, però tant ells com més grans i d'avançada edat) que està a l'Instagram (menys senyores que no tenen Instagram ni gaire accés a les xarxes socials ni res semblant, però aquestes ja són que m'escriuen un WhatsApp o quan em veuen en un market et demanen que les avisis de quan tornis a venir perquè ja no tenen ni Instagram), i jovenetes ja no et dic. Em preocupa que em diguin "ostres, no ha penjat res" perquè en tinc alguna que em diu "ostres, cada dia penso a veure què posa avui" i això igual que ho pensa ella ho deuen pensar d'altres. A més ara que ve l'estiu que et pregunten "repetiràs a Novales?" (que és allà a Cantàbria), "repetiràs en aquest mercat?". Llavors les adolescents que tinc també m'havia trobat que havien de fer un regal a una d'elles llavors s'ajuntaven totes, m'escrivien i em deien "tens més jaquetes d'aquelles que tenies a Astúries quan vam fer el mercat?" (perquè allà fa més fred, era finals d'agost, però ja portava coses de jaquetes), llavors els deia que sí i em demanaven que els enviés fotos, i els n'enviava i aquestes eren adolescents

que li feien un regal a una que li havien agradat i s'havia quedat sense. Jo crec que quan obren el mòbil, si em segueixen, ja miren el que jo he penjat, però sobretot es fixen més en mi quan els interessa, per exemple, comprar una cosa en específic o fer un regal... Jo crec que aquestes són més de que o m'han vist i hi ha alguna promoció que he posat i la veuen, els agrada i llavors entren a acabar de mirar o potser tafanegen els meus stories (perquè surt allà) quan em veuen allà, però no és que em vagin a buscar expressament. Aquest comportament que tenen amb mi no necessàriament el tenen amb altres marques de roba o empreses o influencers que puguin seguir, no tenen un comportament especial amb mi. Elles deuen tenir les seves marques de referència. Jo per exemple sé que n'hi ha una (m'ho van dir un dia a Barcelona) entre els adolescents que es diu Torroncito que són unes noies o una noia més gran que jo de Sant Cugat que s'ha focalitzat en els adolescents i només fa dues vendes a l'any, crec, amb un showroom a Sarrià i es veu que hi ha unes cues de mares aguantant per poder arribar amb les seves adolescents a comprar el biquini de Torroncito. Els agrada a elles: li agrada a una i totes amb el mateix. Llavors, no ho sé, per un biquini (perquè jo parlava amb una de les mares i em deia "és que hem de fer una cua, totes boges amb aquesta roba) potser pagaven 40 euros o 50 (ja et dic, han de tenir un "poder adquisitiu" perquè surten d'allà amb 200 o 300 euros amb quatre coses que han comprat), i aquesta viu tot l'any amb aquestes dues vendes que fa, amb totes les adolescents (bé, ple de mares, però les mares només van a acompanyar a les seves filles). Quan m'ho van dir, al fer jo mercats clar, tinc companyes que també són mares i també són algunes d'un nivell... no ho sé, de Sarrià... i em deien "bé, és que es tornen boges amb aquesta marca".

**3. Creus que els adolescents confien en l'opinió dels influencers (per ex. de moda) que segueixen (recomanacions de productes/serveis, per ex. en els consells d'estil, imiten el seu estil, de qui...)? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

No, més que imitar això, per exemple, quan a elles els agrada un mocador d'aquells meus jo els explico "són saris dels anys seixanta, són de seda, estàs repuntats així..." es queden com al·lucinant perquè ja veien que la tela a elles els agradava tot això, i veien la tela i els explicava la història i es quedaven com meravellades del que els explicava, i en cap moment feien cara volent dir "què diu aquesta?", al contrari, els interessava saber què hi havia darrere d'aquella tela que volien comprar. Això les que jo he tingut d'adolescents de clientes. No he fet (com m'ha proposat el meu marit) cap estudi per mirar, per exemple, "mira, doncs, els meus seguidors adolescents, per exemple, van d'aquesta edat a aquesta, els agrada x, miren aquest contingut...", clar, jo sé que tinc públic i seguidors adolescents perquè algun cop me'ls he trobat, han vingut, m'han comprat i els he vist cara a cara, però no és que sàpiga que "mira, el 30% del meu públic és x", no, no he fet cap estudi ni m'he focalitzat, però ni amb ells ni amb els altres tipus d'edat. Jo et puc dir més o menys pels que em trobo dia a dia, per la xarxa social no perquè per exemple ara els quimonos que envio demà i hi ha gent que em contacta des d'Holanda (l'altre dia vam enviar dos quimonos als Estats Units, jo no sé qui hi ha darrere), demà tinc un paquet a Las Palmas, jo què sé, jo no puc preguntar a tothom "escolta, quina edat tens?", em diran "escolta nena, i a tu què t'interessa? M'ho vens i ja està". Alguna sé que és més grassa perquè em diu "m'anirà bé? Perquè jo tinc uns braços d'aquesta mesura" o "jo tallo x", però si no, jo no sé qui hi ha darrere d'aquell nom, i a vegades algunes es posen la foto d'un camp o d'un gos, vull dir, i vas per entrar a dins perquè

intento mirar la clienta (això sí que ho faig) però moltes és privat, clar, no em puc posar a seguir a tothom i a demanar-li informació. No només amb mi, sinó també el meu públic adolescent, els meus seguidors adolescents amb altres possibles influencers o marques o empreses de moda que segueixin jo crec que confien en la seva opinió si els recomanen alguna cosa o els donen consell d'alguna cosa jo crec que va pel mateix camí. Bé, jo penso que elles tenen els seus nínxols, les seves influencers dins del seu perfil. Jo per exemple veig moltes adolescents també que venen als markets (sobretot aquest del Gallery que és el que he fet més a Barcelona) i tinc una companya que ella amb la seva filla venen joies (la seva filla també és una adolescent) i moltes li compren (que si cadenetes, que si ple d'anells, que si més arracades...), llavors veus que van totes amb el mateix estil d'arracades, quan han marxat unes venen unes altres "ai, aquelles arracades que li has venut a x?" i busquen el mateix. Llavors sí que m'hi fixo, ja no només amb el meu producte sinó també amb el de les meves companyes.

- 4. Creus que els adolescents han comprat "algo" que els hagi recomanat un influencer (per ex. de moda)? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)? Creus que solen comprar en base al que els recomanen aquests? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)? Creus que l'opinió d'un influencer (per ex. de moda) ha influït en la seva decisió de compra? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

Bé, més que jo (perquè si no m'han vingut directament, si em venen i s'aturen ja és perquè els interessa alguna cosa meva i a no ser que pel seu poder adquisitiu no s'ho puguin comprar fan venir la seva mare (a vegades m'he trobat algunes que m'han dit "m'encanta", van passant i llavors fan venir als seus pares a comprar-ho amb elles) o no m'he trobat que m'han vingut perquè jo he posat alguna cosa i "ai, aquell quimono que portaves", no, és perquè m'han vist allà, tenia quimonos d'aquests (em van desaparèixer tots, totes amb el shorts, ben jovenetes, amb quimonos de diferents colors, cap n'hi havia d'igual i clar, a una li agradava el groc i l'altre deia "jo també vull un groc" i li deia que no n'hi havia que en busqués altres perquè tots són únics i diferents. El que també m'he trobat molt, que moltes d'aquestes nenes així més pijetes, primer em descobria la mare i llavors deia "vindré amb la meva filla que es tornarà boja", ella comprava (la mare), però és el que et dic, jo venc des de tovalloles, sandàlies tipus Índia (et parlo d'ara a tota la temporada d'estiu), alguns tops, jaquetetes més curtes reversibles (que una senyora més gran no es posarà una jaqueta així, llavors se les posen elles). La seva mare ho troba supermoníssim, ella s'ha agafat algunes altres coses i fa venir a la seva filla, llavors dintre de l'estil de quimonos que jo puc tenir, la mare n'ha trobat un que li encaixa més per ella (que és més curt i tal) i la filla adolescent un de més llarg, més per portar amb un rollo diferent, "una tovallola de platja que m'anirà bé perquè m'encanta aquest color, ara per anar-me'n a Menorca"... això. Jo crec que, per exemple, els adolescents o el meu públic adolescent sol comprar segons el que els recomana els influencers que puguin seguir de moda, jo crec que s'han pogut sentir influenciats per l'opinió d'algun influencer de moda que segueixin. Dels meus no, per exemple, perquè tinc jo crec un públic més elevat d'edat. Però jo crec que sí, que elles tenen les seves influencers, per exemple aquesta marca que et dic de Barcelona, per arribar a aquesta bogeria (perquè pel que m'han explicat quasi és com quan ve, no sé, un cantant d'aquests d'elles que s'estan allà fins i tot dormint per poder arribar a

l'hora i tenir entrades, el mateix. Vol dir que aquestes s'han focalitzat justament només en aquest target (t'estic parlant de les propietàries) que segurament tenen filles adolescents i han buscat quina influencer les pot conduir a tot aquest target que busquen. Llavors només fa falta que una d'aquestes influencers que elles han contactat el porti (o la de "referència" de cada institut els regalin alguna cosa i ho portin) que llavors totes van corrent com a boges a aquesta marca.

**5. Com creus que els adolescents es poden haver sentit/es poden sentir quan han vist/veuen que un influencer (per ex. de moda) està fent publicitat "d'algo" (cap problema, bé, els és igual, molest, massa directe, constant, cansant...)? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

Bé, jo ja crec que també va molt amb el caràcter de cadascú. Jo per exemple penso que des de les que pensen com jo [no perquè aquesta ho porti perquè saps què hi ha darrere (que els han pagat o semblar) per poder crear adeptes i portar-ho) com l'altra vessant que només van al que veuen i no pensen el que hi ha darrere i pensen "mira, aquesta ho porta, li queda bé, ho porta perquè realment li agrada i jo també m'ho compro per poder ser com ella". Jo crec que ja és devoció a la persona a la qual estan seguint que ja no es plantegen res del que fa o del que deixa de fer, sinó que volen emmirallar-se, ser com ella i llavors segueixen com burros tot el que fa. Jo crec que hi ha les dues vessants: que hi ha la típica adolescent que potser mira un influencer i pensa "ostres, això que porta m'agrada, jo també m'hi identifico, jo també m'ho posaria" (encara que li hagi regalat una marca), també saben fer la lectura de dir "ostres, aquesta ho porta perquè li han regalat i bé, no va amb mi doncs ja està, la seguiré amb altres coses que vagin amb mi" o aquestes que et dic, que estan "bojament enamorades" de la figura i tot el que veuen que fa elles ho volen. Això també va relacionat per exemple amb l'hora a la qual els adolescents miraven el que penjaven o cada quant o per quin motiu, en quina xarxa social, va relacionat amb això, que si realment en són molt fan estaran molt sovint mirant-ho i si el segueixen, però els és més aviat igual potser tindran una franja de quan estiguin lliures diran "d'acord, doncs segueixo aquesta i altres marques" perquè potser no només segueixen a l'influencer, sinó marques que també estan a les xarxes socials i molt actives com Zara (que tenen el seu específic departament de Trafaluc per elles) o Bershka (que ja és una marca d'ells més per adolescents) o la típica influencer que els agrada, que s'hi identifiquen com jo puc fer amb la Mileva que sí que l'utilitzo a vegades perquè m'identifico amb ella, m'agrada ella com, més o menys de la meua edat (potser dos o tres anys menys), la trobo guapa, la trobo estilosa, sap vendre-ho bé amb el sentit que tots sabem què hi ha darrere d'un influencer, tota la clientela (més o menys) saben que el que porti meu i el que porta d'altres marques és perquè jo li he regalat, però ho sap portar tan bé i t'ho parla tan normal, no fa "teatre", que llavors t'agrada. I ho relaciona molt amb vida familiar (té tres fills i moltes coses ho fa amb la seva nena, però amb un cert estil, no com d'altres que les veig que fan "teatre", allò "preparem el decorat", clar, llavors a mi, per exemple, no em surt de dir "ostres, doncs a veure aquesta marca?" o "a veure això?" perquè ja m'ho presenta que ja no m'és atractiu a la vista. I jo crec que aquestes adolescents tenen molt més temps (amb el sentit que no tenen les obligacions de feina, sí que tenen les obligacions d'estudi, però no tenen algú darrere que els va fotent cops de pals si no estudien tota l'estona). Llavors ja la típica que deu estar inclús a la classe amb el mòbil en lloc d'escoltar al professor i les típiques que no, que estudien i que estan amb el que han d'estar i quan tenen una estona lliure doncs es posen a mirar el que

els interressi a elles a Internet. És a dir, tant si és aplicat a mi com si són altres adolescents amb altres influencers de moda en resum depèn una mica, però que deuen estar amb l'Instagram i amb el mòbil i potser els ho compra els pare i la mare.

**6. Creus que segueixen a influencers que promocionen coses/serveis cars o barats? I marques (cares, barates...)? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

Jo crec que va com barrejat, jo penso que les influencers, per exemple, totes (o quasi totes) van amb el seu Apple. No tothom (totes les adolescents) poden tenir un Apple, no tots els pares de les adolescents els hi poden comprar un Apple perquè si ja estem parlant de l'últim model (crec que és el 12) 1.300-14.000 ho val (per no dir més si agafes més gigues i un model amb millor càmera i altres), clar, sí que a alguna li poden dir "mira, si treus molt bones notes, si x, serà el teu regal de tot junt: aniversari, sant, reis...", però la majoria (i més com està la situació) tenen feina per subsistir cada mes com per pagar un mòbil de 1.000 i escaig. Però clar, jo no crec que un influencer d'aquest estil vagi amb un mòbil menys d'això i si no és Apple és d'una altra súpermarca que no crec que valgui 300 ni 400 euros, que val més perquè es dediquen a això. Llavors clar, la "majoria", com la societat funciona amb moltes coses (amb llegir mitjans de comunicació sense llegir bé i contrastar la informació) donc seria el mateix amb els influencers, amb l'Instagram, amb totes aquestes xarxes socials. Llavors van al que veuen, no es plantegen, no es qüestionen, no pensen més enllà: veuen això i volen això, punt, "aquesta ho té i jo també ho vull tenir", "la meva amiga ho té i per què jo no ho tinc", "aquest és maco, tant més que me'n venguin un altre i em diguin que funciona més bé i que no s'espalla tant i que no queda obsolet tan ràpid com l'Apple és igual, jo vull aquest perquè de disseny és maco i perquè l'influencer el porta i les meves amigues el porten". Jo llavors també entenc que la posició dels pares és molt complicada. Segueixen a influencers (o a mi o a alguna altra marca de roba o ja tipus més una persona que es dediqui a ser influencer) que potser a vegades són gent que s'assemblen més al seu poder adquisitiu (que ensenya coses d'aquest rang) o ni s'hi fixen i segueixen a qui els atrau visualment. Jo també crec que hi ha la típica influencer low cost, per exemple, igual que ho veus per Internet veus algunes pàgines que es posen a mirar, per exemple, a la Paris Hilton (per posar un nom) que va vestida tota de Chanel, Dior i semblar, doncs quasi totes les marques lowcost (com seria H&M o altres) fan una versió de la bossa de mà Chanel que porta x, de x, etc; diferent, evidentment, però que s'hi assembla. Llavors hi ha influencers que es dediquen a això, "doncs mira el Dior i mira aquest model de Zara que s'hi assembla molt" i pots anar d'en lloc d'haver-te gastat 11.000 euros, per 200 euros tens un look molt similar. També hi són, i llavors jo també crec que també hi ha la típica que si és una noia joveneta, adolescent, l'influencer que se sap guanyar-les i ho fa i bé amb marques més assequibles segur que també té les seves seguidores, però també et diré que les altres deuen anar amb Nike, Apple... Però bé, jo crec que les adolescents troben molt allò seu a Bershka, Mango... tenen molta opció. És a dir, que no perquè necessàriament segueixin a influencers que bé, vagin amb coses caretes s'ho acabaran comprant just aquella cosa, pot ser que comprin alguna cosa que s'hi assembli... Bé, hi ha marques més baratetes que jo crec que també es dediquen a un públic més adolescent i que tenen les seves influencers com per exemple (posant casos locals) Brownie va enfocat als adolescents [que jo m'hi podria comprar una camisa (que ja me l'he comprat alguna vegada) però no va enfocat a mi, el producte



va més a adolescents], llavors elles segur que utilitzen jovenetes (com a influencers) que tots els adolescents coneixen llavors aquesta porta un texà de Brownie que bé, no és com un H&M que és molt més barat, però potser em val 70 euros (que ja no són 200). Llavors també hi ha aquestes, o que combinen: que poden anar amb un Apple, però poden anar amb uns texans Brownie i una samarreta H&M doncs perquè també els agrada i es compren bàsics allà. No perquè la influencer ho diu sinó perquè elles pensen "bé, vaig amb coses doncs caretes que es veuen més i una samarreta blanca que és igual d'on és (no cal que valgues tants diners) doncs me la compro a l'H&M. Jo crec que sí que ho compren, però la marca, per exemple si jo fos la marca, hi ha un treball a darrere, ho has de fer molt ben fet, has d'intentar aconseguir algú, tenir algú que sigui referent per elles. Llavors sí que hi aniran boges, faran mans i mànigues i mouran el que sigui per poder-ho tenir, però hi ha d'haver algú que els faci de ganxo, no perquè sigui la marca i perquè la marca ho digui "a les jovenetes els quedarà bé" i ho presentin amb models, si no hi ha un atractiu, un ganxo que tenen elles de dir "ostres, aquesta la seguim i perquè és ella i s'ho posa, i encara que potser jo si no ho veiés en ella no m'ho compraria, com que ho porta ella me'n vaig corrents a comprar-ho". És a dir, jo crec que si els ho ensenya una influencer que els agrada, que segueixen i que confien amb la seva opinió, sí que s'acaben comprant això que els està ensenyant, perquè si et poso un exemple amb influencers de la meua edat o amb gent que jo segueixo de la meua edat (més o menys, que no són adolescents, sinó que és més una franja d'edat igual que la meua), per exemple en veig una, no ho sé, que no és influencer i s'ha convertit en influencer perquè és la filla d'un polític o perquè és una famosa (com pot ser una actriu) cada dia pengem el que es posen, anuncien un jersei del Zara que el Zara els deu regalar o que els deu donar o que elles ho fan perquè volen i s'ha esgotat de totes les botigues i online només perquè ho ha dit aquesta. Depèn, hi ha adolescents que sí que són molts fans i que si els recomanen algo doncs s'ho acabaran comprat, però també n'hi ha d'altres que tenen més criteri. Això és depèn: alguns tiren més a confiar en tot el que els diuen (si els diuen "això et quedarà molt bé" s'acaben comprant això mateix) i alguns tiren més cap a la part de "mira, m'agrada molt, però no m'ho acabaré comprant" o "m'agrada molt, però justament això i aquest no, me'n compraré un altre diferent". Jo penso que hauria de ser així, però malauradament la societat (no amb aquest àmbit d'influencers i moda), en tots els àmbits va diferent: on veus gent va la gent, tots fan això i jo també he de fer això, per tant crec que els que realment es qüestionen són molt pocs. Igual que jo veuré un influencer que portar alguna cosa que ho trobo xulíssim, però jo faré l'exercici (et parlo jo, Marissa) de pensar "bé, jo no tinc el mateix cos, a mi em queden més bé doncs en lloc de tan estrets pantalons un pèl més amples doncs perquè jo faig més cul o perquè jo faig més cuixa, llavors per més que m'agradi si jo me'l poso és que encara que vulgui quedar com ella no quedaré com ella, per tant em deixaré portar doncs per una brusa o alguna cosa que pensi "mira que mona, ella ha fet el treball de buscar-lo (perquè n'hi ha que també busquen dins del que hi ha al Zara i t'ho presenten per si tu no tens temps d'anar) doncs veuré aquell jersei i pensaré "que bé! Doncs el busco i me'l compro perquè m'agrada). N'hi ha d'altres que no, veus adolescents a vegades que perquè es porten short elles també van amb shorts i penses "reina, jo crec que no deus tenir amigues que t'estimin gaire ni la teua mare gosa dir-te com et queden aquests shorts" o que elles ni s'ho plantegen o per sort tenen l'autoestima bé, o la tenen malament perquè volen anar com van totes encara

que no els hi quedi bé, llavors sí que veus que malauradament [i és una batalla que jo sé que tindrà quan la Sanjana sigui adolescent, el que vegi (que segur que és el que tenen totes les mares i no crec que jo me'n lliuri) serà una batalla de negociar, de dir unes coses que li agradin alguna hauré d'accedir m'agradi o no, però serà tendència amb totes les de la seva edat i no m'hi podré negar. Ara, amb altres coses, no, intentaré ni jo ni ella, vull dir que jo crec que és un problema que malauradament s'hi troben quasi totes les mares. Jo crec que en general si segueixen a influencers de moda i semblar i els recomanen això o els ensenyen tal producte o tal servei, la gran majoria de vegades crec que acabaran agafant la mateixa cosa, algunes altres vegades agafaran alguna cosa semblant, però que en resum la gran majoria sempre acabaran tirant pel que diuen ells i no dir "uf doncs m'agrada, però no ho compro o no compro res semblant", perquè si per exemple diuen "es porten les vambes amb plataforma no planes" no aniran amb una vamba plana (potser no aniran amb la de plataforma que anuncia l'influencer perquè són cares o perquè no troben la marca aquí o pel que sigui), però en sortiran moltes més marques (perquè totes acaben fent el mateix, semblant i tenen més mercat en diferents preus) i acabaran anant amb una vamba semblant (no es dirà Nike, per exemple, però tindrà un altre nom). I potser no haurà vingut directament de l'influencer (del fet que una d'elles es comprí les vambes), haurà vingut perquè una seva amiga haurà vist l'influencer, li encantarà, les portarà, l'altra s'emmiralla amb l'amiga, també les voldrà i així és una cadena, vull dir, vinguis directament de l'influencer o no, tot acaba venint per una o altra, et fa de mirall.

**7. Els adolescents que segueixen a influencers de moda, quan surt un producte nou que els interessa, en quin grup de la corba de consum creus que s'identifiquen? I els teus seguidors adolescents (els teus clients, als que et dirigeixes...)?**

Bé, jo crec que els que realment tenen devoció a seguir als influencers no s'ho van a comprar directament perquè depenen entenc de l'economia dels pares i que els donin la setmanada o que els ho comprin ells, però si no jo crec que serien la majoria del primer impuls, de dir "no m'ho plantejo" o serien del segon fins que veig que la meva veïna, la meva amiga, la meva cosina i tot el meu voltant ho porta.