



CÓMO HA MEJORADO SU REPUTACIÓN ONLINE CON LAS OPINIONES DE SUS CLIENTES

Caso de éxito 2020 – ETUYO

etuyo Mejores marcas a mejores precios!

9353 Me gusta

Donde comprar los que ahorras

Regístrate en etuyo y recibe dinero por tus compras

Me gusta esta página

Sé el primero de tus amigos en indicar que te gusta.

etuyo Etuyo hace aproximadamente una semana

Desde etuyo, seguimos insistiendo en que no bajes la guardia. Mira nuestras ofertas de aspiradores.

Suelo limpio, ¡Limpio! para toda la familia.

Oferta: en Limpieza y cuidado del suelo

ETUYO.COM

AEG

Aeg Secadora T8DBG862

521,19 €

AEG T8DBG862. Tipo de instalación: Independiente,



CLIENTE

Etuyo es una tienda online multimarca de productos de de electrónica de consumo. Empresa española que vende en mercados como Francia, Portugal y España. Sus oficinas están localizadas en Barcelona. Desde hace tiempo como valor diferencial han apostado porque la experiencia de compra del cliente sea excepcional. Y han dado mucha importancia a su reputación online.

SECTOR DE ACTIVIDAD

Electrónica de consumo

SITIO WEB

<https://www.etuyo.com/>

CLIENTE DE OPINIONES VERIFICADAS DESDE

2017

SERVICIOS CONTRATADOS

Opiniones de clientes post compra.
Opiniones en ficha de producto.




“Ha sido una fuente de contacto neutral con nuestros clientes y tanto las opiniones positivas como las pocas negativas que hemos tenido nos ayudan a saber cuál es la opinión del cliente y en qué podemos mejorar. Este dato es muy importante se aprende muchísimo de las opiniones de nuestros clientes, más que muchos estudios de usabilidad, etc. Tener como foco que el cliente es el centro de nuestro negocio y saber que opina de nuestra empresa, servicios, facilidad de compra y productos es muy importante.”



DESAFIOS

Montar el eCommerce de Etuyo fue un proyecto muy ambicioso y con ganas de ser líderes a nivel nacional, en estos momentos se encuentran en competencia directa con “pure players” como Amazon, Aliexpress, MediaMark, Worten... Y con una tipología de producto complicada, pero aún así en calidad-precio son imbatibles. Han optado por la estrategia de cuidar y escuchar a los clientes. Customer Centric 100%. Al final una apuesta segura.

Aún así, una de sus principales estrategias era poder dar servicio a sus actuales clientes y además captar nuevos clientes. Un proyecto que se ha convertido en un referente en su sector. Siempre han querido que el usuario o consumidor interactúe en la tienda online, han redoblado esfuerzos para que la atención al cliente sea el epicentro de la conversión.



«TRANQUILIDAD DE
LOS CLIENTES AL
EJECUTAR LA
COMPRA» COMO
PRINCIPAL
ESTRATEGIA

Caso de éxito 2020 – ETUYO

Comentarios 3

M. Josep Manel



"Buena relación calidad-precio. Cómo siempre SONY no decepciona."

A. JOSÉ ANTONIO



"AUN NO LO PROVE."

R. Pedro



"Buena marca y buen precio."

OPINIONES DE CLIENTES



Uno de los desafíos mayores a los que se enfrentaron fue competir con empresas muy grandes como Amazon, Media Markt o Worten. Por ese motivo **las valoraciones de sus clientes eran tan importantes**, para ellos fue clave en su estrategia **saber cuál era la opinión de sus clientes y de la experiencia post compra y tener valoraciones en ficha de producto**. Se dieron cuenta que gracias a este servicio muchos de sus KPIs más valorados se incrementaban de manera exponencial.

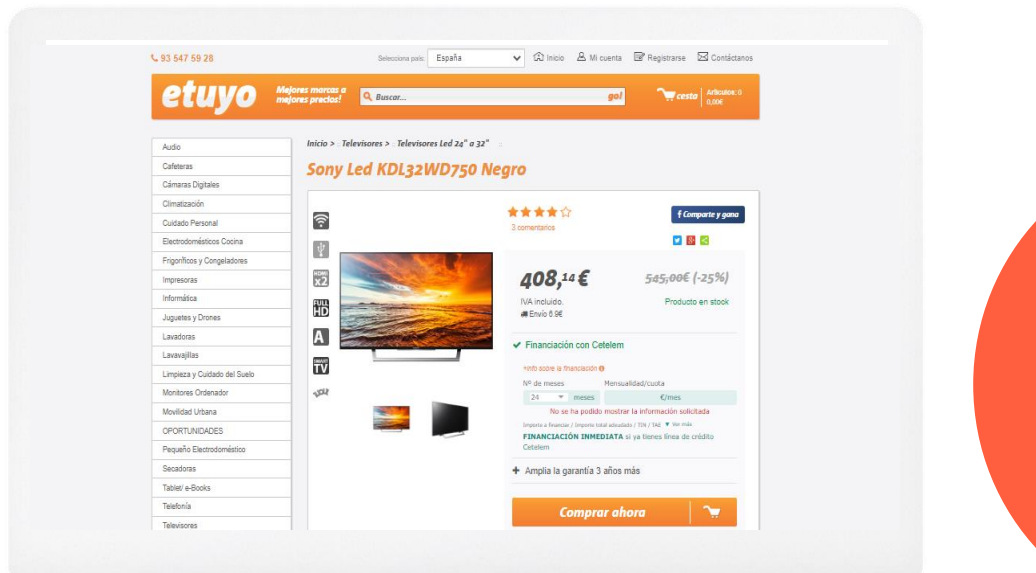
* Fuente : cliente Etuyo

Opiniones Verificadas
by Net Reviews

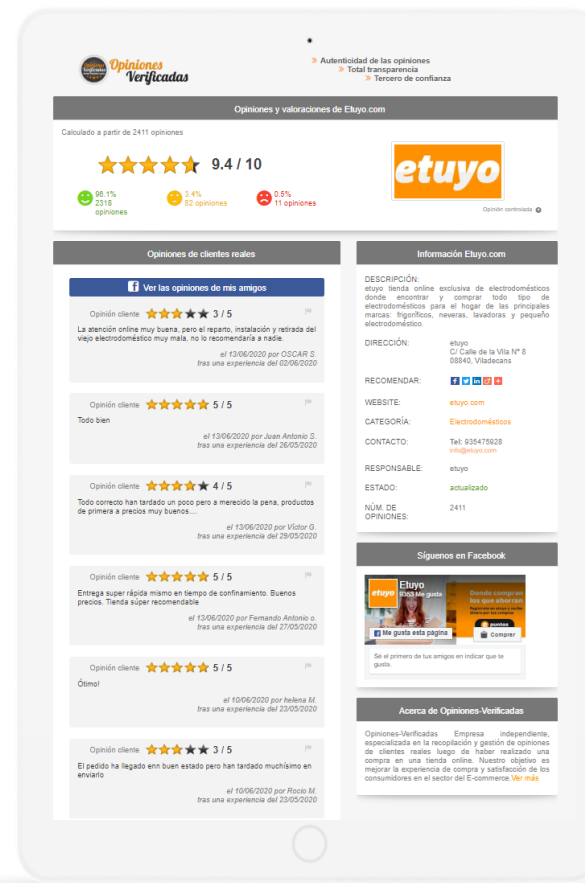
SOLUCIÓN

CONTENIDO ADICIONAL EN SUS FICHAS DE PRODUCTO

Visualización de la totalidad de comentarios en páginas de productos valorando con total transparencia el producto



Caso de éxito 2020 – ETUYO




2411
Opiniones post compra
2444 Opiniones de producto

REPUTACIÓN ONLINE & CONFIANZA

Destacando las opiniones de compra en su home y en sus fichas de producto

Opiniones Verificadas
by Net Reviews

RESULTADOS

+61%

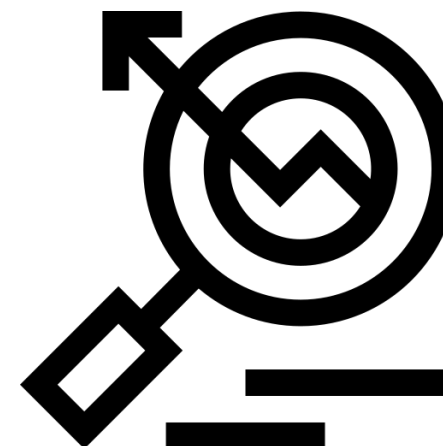
AUMENTO DE TRÁFICO SEO

Aumento de tráfico orgánico en un +61%
Aumento de tráfico SEO en fichas de producto en un +37%

-6.34%

ADWORDS Y SHOPPING CPC EN CAMPAÑAS

Disminución de CPC en campañas de Google Adwords y Google Shopping en un - 6.34%



LA GESTIÓN DE LAS OPINIONES

El departamento de Marketing y eCommerce se ve directamente afectado por las opiniones de los clientes. Son ellos quienes analizan las retroalimentaciones negativas recurrentes a través de la interfaz de Opiniones Verificadas. El objetivo es detectar motivos frecuentes de insatisfacción para poder corregirlos. Si, por ejemplo, un cliente ha detectado algo inseguro en un electrodoméstico o simplemente ha tenido una mala experiencia por algún motivo en particular. Gracias a una lista de palabras clave agregadas al Back-office, el departamento de atención al cliente también **ha establecido sistemas de alerta, en particular para reaccionar rápidamente en caso de incidentes relacionados con la calidad del producto y la satisfacción de la atención al cliente.** Una vez más, los avisos ayudan a identificar problemas y permiten la rápida implementación de acciones correctivas.

En términos más generales, el análisis de los comentarios de los clientes desempeña un papel clave para comprender mejor las expectativas de los consumidores. Por lo tanto, también se pueden realizar análisis y ajustar el catálogo de la tienda online en función de los resultados obtenidos y con ello conseguir aumentar las ventas.



**EL SERVICIO DE
ESCUCHA
ACTIVA DE SUS
CLIENTES
DIRECTAMENTE
IMPACTÓ EN
UN AUMENTO
DE VENTAS**



PRÓXIMOS PASOS

Hoy en día, la cultura de la opinión del cliente está bien establecida. Los equipos desean ir más allá en sus procesos para obtener todos los beneficios. **Carlos Mestres, CEO de Etuyo lo sabe bien. Según él, todas las revisiones con una puntuación baja podrían analizarse** y, dependiendo de los motivos de insatisfacción, los clientes podrían ser compensados en cierta manera dependiendo del grado.

También le gustaría ir un paso más allá y poder configurar sistemas de alerta de manera más generales, de modo que sus equipos puedan detectar fallas de productos sistemáticamente.

Finalmente, las opiniones están siendo tan importantes en la estrategias, que quizás siguientes pasos es instalar el módulo de Opiniones Verificadas de Preguntas y Respuestas para generar más contenido en la ficha de producto de manera orgánica y natural. Y así seguir aumentando tráfico SEO, de manera cualificada.



UN PROYECTO: LA
OPINIÓN DEL
CLIENTE COMO
SOPORTE DE LA
OPTIMIZACIÓN DE
LA REPUTACIÓN
ONLINE

SOLUCIÓN



ALL-IN-ONE



Opiniones de marca



Opiniones de producto



Opiniones en puntos físicos



Gestión de la reputación +



Preguntas / Respuestas

Opiniones Verificadas
by Net Reviews

www.opiniones-verificadas.com