

CASE STUDY – DIADORA FITNESS

**Come Diadora Fitness
ha aumentato dell'80%
il traffico organico con
le recensioni?**



Il cliente



Diadora Fitness fa parte di Greenfit Srl, realtà specializzata in prodotti per l'home fitness dal 2006.

Nel 2012 ha deciso di puntare sulle vendite online, lanciando sul mercato l'e-commerce Diadora Fitness. La scelta è stata vincente: negli ultimi anni Greenfit Srl è cresciuta moltissimo e ora gestisce ben tre e-commerce di articoli sportivi.

L'obiettivo di Diadora Fitness e di Greenfit Srl è permettere ai propri clienti di svolgere una regolare attività fisica anche a casa, con delle attrezzature professionali di ottima qualità e disponibili a un prezzo competitivo.

L'affidabilità dei prodotti e l'assistenza al cliente sono al centro della loro filosofia.





SETTORE

Sport



SITO WEB

www.diadorafitness.it



CLIENTE DA

2016



PRODOTTI RECENSIONI VERIFICATE

Recensioni Verificate



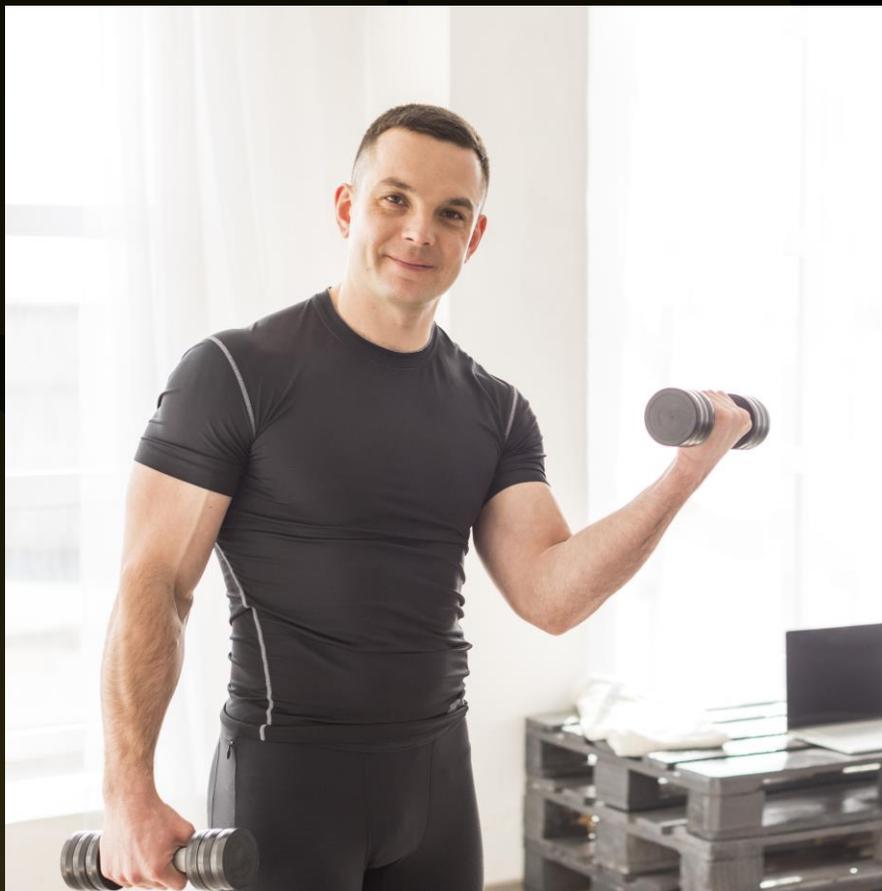
Andrea ORLANDI

E-commerce Manager

Aggiungere le recensioni dei clienti al nostro sito ci è sembrata la scelta più naturale per dimostrare la trasparenza dell'azienda e la qualità dei nostri prodotti.



Le sfide



Rassicurare gli utenti **sulla qualità dei prodotti**

I prodotti Diadora Fitness sono articoli durevoli che le persone comprano con **l'intenzione di utilizzarli per diversi anni**. Per questo motivo i clienti sono molto esigenti nella fase di pre-acquisto.

Foto e descrizione non bastano più: non potendo verificare il prodotto di persona, gli utenti hanno bisogno di **essere rassicurati sulla qualità** degli articoli con contenuti aggiuntivi.

Inserire le recensioni degli altri clienti all'interno delle schede prodotto è sembrata la scelta migliore per dimostrare l'alto livello degli articoli proposti e infondere fiducia.



Le sfide



Creare una community di clienti fidelizzati e attivi

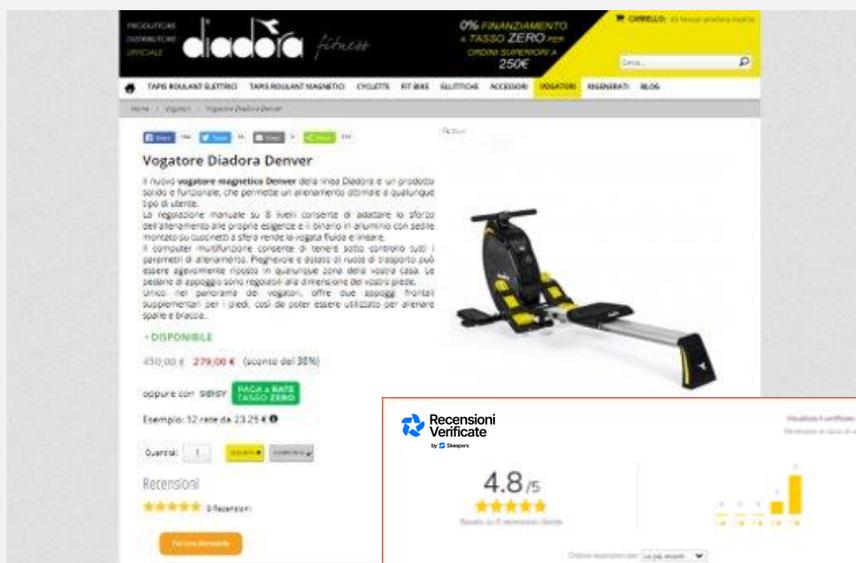
Il team Diadora Fitness sa anche che i migliori conoscitori del prodotto sono proprio i clienti stessi.

Il reparto Customer Care riceve molte domande sull'utilizzo degli articoli. Perché allora non far rispondere a queste domande gli altri clienti?

L'obiettivo **dell'azienda è creare una community di utenti che lasciano recensioni, fanno domande e rispondono alle domande degli altri clienti.** Avere quindi una community fidelizzata e proattiva di clienti che conoscono bene i prodotti Diadora Fitness e possono esserne promotori.



Le soluzioni



Recensioni nelle schede prodotto

Ogni pagina prodotto è arricchita con le recensioni dei clienti che hanno acquistato l'articolo.

Inserire le recensioni all'interno delle pagine permette di **umentare le conversioni e assicurare i clienti** sulla qualità e i benefici del prodotto.

I consumatori si fidano molto delle opinioni di utenti come loro e tengono in maggiore considerazione queste informazioni rispetto a quelle fornite dall'azienda.

Grazie alle opinioni dei propri clienti, Diadora Fitness mostra a tutti gli utenti la propria affidabilità e, con la moderazione, anche la propria volontà di ascoltare e aiutare tutti i suoi clienti.



I risultati

+80%

Aumento del **traffico organico**

Grazie alle recensioni e alla pubblicazione di **User Generated Content** il traffico organico sul sito Diadora Fitness è aumentato notevolmente.

+17%

Aumento del **CTR**

L'integrazione **di recensioni e stelline nei rich snippet** degli annunci ha portato all'aumento del tasso di click medio delle campagne Google Ads.



I risultati

-30%

Diminuzione del **CPC**

L'aumento del CTR e il miglioramento delle pagine prodotto hanno portato **a un calo significativo dei costi** delle campagne Google Ads.

+11.500

Recensioni **raccolte**

Dal 2016 sono oltre 11.300 le recensioni raccolte sul sito Diadora Fitness con un **punteggio medio di 9.4 su 10.**



CASE STUDY – DIADORA FITNESS

La gestione delle recensioni



Diadora Fitness attribuisce **la massima importanza a tutte le recensioni raccolte**, positive e negative, richiamando tutti i clienti che hanno lasciato una recensione con punteggio tra 1 e 3 su 5 per capire e risolvere il problema insieme al cliente.

Per Diadora Fitness le **recensioni negative sono lo specchio di eventuali anomalie o insoddisfazioni** avvertite dal cliente. La loro raccolta e gestione dà all'azienda l'opportunità di intervenire immediatamente, migliorando così i propri prodotti e servizi.



La gestione delle recensioni

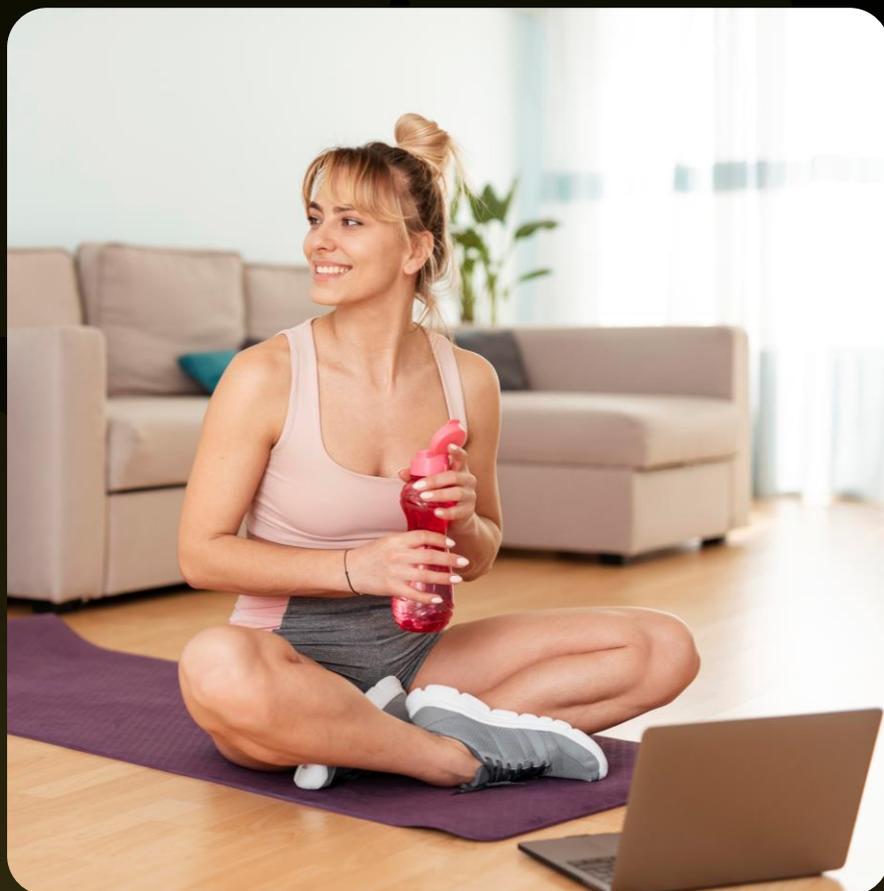


Le recensioni sono importanti anche per **ottimizzare ogni attività dell'azienda e l'esperienza dell'utente sul sito**, ad esempio a fronte di segnalazioni relative al processo di acquisto online.

Durante la pandemia, la gestione tempestiva delle recensioni ha permesso a Diadora Fitness di dialogare con i clienti e di rassicurarli su eventuali ritardi nelle consegne dovuti all'emergenza.

« Le recensioni sono il primo punto di dialogo con il cliente, soprattutto nella fase post-vendita. »





Coinvolgere i clienti e farli sentire parte dell'azienda

Sono molti i progetti che Diadora Fitness pensa di lanciare prossimamente e per tutti loro **le recensioni ricopriranno un ruolo fondamentale**. L'azienda sta lavorando ad un nuovo brand: la raccolta di recensioni sarà indispensabile per generare fiducia nel nuovo marchio.

Un altro obiettivo è l'inserimento di nuovi articoli nel catalogo online: anche in questo caso le opinioni dei clienti saranno **importantissime per rassicurare gli utenti sulla qualità** dei nuovi prodotti.



CASE STUDY – DIADORA FITNESS



Diadora Fitness vuole inoltre potenziare l'utilizzo del modulo Questions & Answers: in futuro vorrebbe che alle domande rispondessero solo gli altri clienti e che il **Customer Care facesse solo da moderatore.**

In questo modo si rafforzerebbe il concetto di community di utenti che si scambiano consigli e opinioni sui prodotti Diadora Fitness. L'azienda vuole coinvolgere i propri clienti e farli sentire parte integrante dell'azienda.





**Recensioni
Verificate**

by  Skeepers

Every Opinion Matters

[Richiedi una demo](#)

