vinetur

5 razones por las que las tiendas online con muchos comentarios venden más vino

El 63% de los consumidores prefieren comprar en una tienda online con opiniones de otros usuarios, estos son los motivos

sábado 9 de diciembre de 2017



No es casualidad que el gigante del comercio electrónico Amazon utilice comentarios de sus usuarios para los spots de Televisión. Los usuarios que leen comentarios de otros clientes, compran y gastan más.

A la hora de comprar vino por Internet, la posibilidad de incluir comentarios de otros clientes en la tienda online, influye en la imagen y la confianza que un usuario se haga de una página web.

En este sentido, según datos propios de Trusted Shops, el sello de calidad para tiendas online líder en Europa, el 63% de los consumidores online prefieren comprar en tiendas con opiniones de otras personas.

Es más, según la certificadora, está demostrado que los compradores que leen valoraciones de otros usuarios, gastan de media un 11% más.

Pero, ¿cómo influye realmente este aspecto en la mejora del eCommerce? Jordi Vives de Trusted Shops España comparte cinco consecuencias positivas que supone la incorporación de un sistema de opiniones en las tiendas online:



1. Genera contenido nuevo a la web

La página web mejorará su SEO/SEM. Las opiniones nuevas hacen que la página pase de estática a dinámica de cara a los motores de búsqueda. El contenido generado por los propios compradores de la tienda online hace que aumente el potencial número de visitas a la tienda. Igualmente en las páginas de producto donde hay poco texto, es decir, se incluye fotografía del artículo y una breve descripción del mismo, es recomendable agregar las opiniones de los productos para mejorar el SEO.

Por otro lado, las opiniones pueden mostrarse en forma de estrellitas (rich snippets) debajo de los links en los resultados de búsqueda orgánica, dándole más visibilidad a éstos. Asimismo las estrellas se muestran en los anuncios de Adwords y resultados de búsqueda de Google Shopping, consiguiendo aumentar los CTRs y en consecuencia las

visitas en la tienda online.

Las opiniones hacen que el contenido cambie, sea nuevo e incluso permita destacar frente a la competencia. Es más, según datos propios de Trusted Shops, tener más de 50 valoraciones en la página web puede aumentar las conversiones hasta un 4,6%.



2. Ayuda a resolver dudas a otros usuarios

Es muy posible que varios usuarios tengan la misma duda, por ello los potenciales clientes verán respondidas posibles dudas en los comentarios. Cuando los clientes cuentan su experiencia en la sección de opinión pueden, sin saberlo, responder a las posibles dudas de los potenciales clientes.

En este caso, los consumidores que tengan una duda que quieran resolver antes de hacer una compra, pueden ver resulta su pregunta sin necesidad de formularla directamente. Además, puede servir para que el futuro cliente se haga una mejor idea del producto, pues las opiniones suelen ser más descriptivas que la propia descripción del producto.

En este sentido, está demostrado que los productos que tienen descripción de algún comprador, resultan hasta 12 veces más creíbles que los que sólo albergan descripciones hechas por el fabricante.



3. Los comentarios negativos son positivos

Los comentarios negativos de productos son, sin embargo, buenos para la tienda online, ya que mejoran la imagen de la web. Las valoraciones negativas pueden suponer una oportunidad para el eCommerce. Si un potencial cliente advierte que el gerente de la tienda online ha reaccionado rápida y efectivamente a la queja de un consumidor sobre un producto, puede mejorar su opinión sobre la tienda y dar fiabilidad a otros usuarios.

Por otro lado, algunos comentarios negativos hacia productos son puramente informativos acerca de las limitaciones de éste, algo que servirá a otros usuarios para elegir mejor su compra u optar por un producto de gama superior, lo que repercutirá finalmente en satisfacción para el usuario al haber "acertado" con su compra. Un comentario que describa negativamente el producto puede suponer una mejor compra

para el siguiente cliente.



4. Ayuda al webmaster a mejorar el sitio web

El eCommerce podrá conocer mejor a los clientes. Si la tienda online analiza las opiniones de los clientes conseguirá conocerlos mejor.

Esto servirá al eCommerce para corregir errores, dirigir mejor su estrategia y hasta obtener ventaja con respecto a la competencia. Los comentarios son información, y la información debe ser siempre tenida en cuenta y analizada.



5. Ayuda a cocrear y participar en la empresa

El consumidor de la era digital es participativo, colaborativo y le gusta cocrear con las empresas, al usuario le gusta sentirse parte de la empresa o que él ayuda en su creación. De este modo, los clientes -compren o no- podrán dar rienda suelta a su lado más opinativo.

En la era tecnológica, donde las redes sociales son una página en blanco para cualquier usuario acostumbrado a compartir su opinión con el resto del mundo, los clientes valorarán positivamente tener un espacio especialmente para ellos en el que poder expresar libremente su opinión, su valoración y su consejo.