

— LABORATORIOS —  
**PHERGAL**  
*Inspiring beauty*

**Como aumentar o tráfego, a reputação e as vendas através de análises aos consumidores?**

CASO DE ÊXITO - LABORATÓRIOS PHERGAL



# Cliente

Os Laboratórios PHERGAL são uma empresa tecnológica e dinâmica com mais de 37 anos de experiência no setor.

Esta empresa dermo-farmacêutica de Madrid é pioneira nos mercados de cosméticos, nutricosméticos, coloração saudável do cabelo, cuidados capilares e suplementos alimentares.

Os Laboratórios PHERGAL distribuem os seus produtos dermo-cosméticos em mais de 40 países dos 5 continentes. As suas marcas incluem Naturtint, E'lifexir, Atashi e Dr. Tree.

Lançaram através da plataforma **+350 campanhas** com 8 marcas em 14 países, começando por Espanha, mas também em França, Alemanha, Reino Unido, Estados Unidos e Canadá.



#### INDUSTRIA

Beleza, bem-estar e saúde



#### CLIENTE SKEEPERS DESDE:

2019



#### PÁGINA WEB

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



#### PRODUTOS SKEEPERS

Influencer Marketing



"A SKEEPERS é um parceiro de confiança para nós. Estamos atualmente a lançar campanhas em 10 línguas diferentes. E no futuro, gostaríamos de expandir ainda mais, lançar campanhas com microinfluencers e rever campanhas em mais de 15 países.



**María DEL PINO NAVARRO**  
CEO dos Laboratórios Phergal



## Contexto e objetivos

### Uma estratégia de influência multi-objetivos

Os Laboratórios PHERGAL já tinham realizado várias campanhas de marketing de influência no Instagram, YouTube e blog. Estas campanhas responderam a diferentes objetivos do grupo, tais como **ganhar visibilidade, dar-se a conhecer e aumentar as vendas.**

Conforme o negócio foi evoluindo, o grupo estabeleceu outros objetivos a alcançar. A empresa quer continuar a realizar campanhas de influência, mas optou também por lançar campanhas de revisão através da plataforma.

### As opiniões dos consumidores, uma alavanca complementar

A empresa queria **criar mais credibilidade** para os seus pontos de venda online, bem **como melhorar a sua marca e aumentar as vendas.**

Dessa forma, com o objetivo de proporcionar aos utilizadores dos seus websites mais informações, optaram por enriquecer os seus cartões de produtos. A criação de confiança através das análises dos consumidores é essencial para encorajar potenciais clientes a fazer uma compra. Por conseguinte, em Março de 2021, decidiram integrar as campanhas de revisão do consumidor na sua estratégia de marketing digital.

# Solução

## **RATINGS & REVIEWS: O complemento para a estratégia da marca**

As campanhas de marketing de influência e as campanhas de avaliação dos consumidores são a combinação perfeita **para impulsionar o comércio electrónico e aumentar as taxas de conversão.**

O lançamento de campanhas de avaliação antes de iniciar o marketing de influência **estabelece as bases para trazer potenciais clientes para o e-commerce.** Ajuda a criar **um ambiente de confiança para os potenciais clientes de uma marca.**

Ter uma pessoa a contar a sua experiência real ajuda o potencial comprador a sentir-se mais identificado e permite-lhe conhecer o produto de uma forma mais próxima. Isto cria uma ligação mais forte e, por conseguinte, **tem um impacto positivo na conversão.**

## Resultados

**114**  
opiniões

**Atashi**

Com 40 colaborações em 1  
campanha

**99**  
opiniões

**Clearé Institute**

Com 39 colaborações em 1  
campanha

**600**  
opiniões

**Dr.Tree**

Com 84 colaborações em 3  
campanhas

**253**  
opiniões

**E'lifexir**

Com 100 colaborações em 3  
campanhas

**114**  
opiniões

**Naturtint**

Com 40 colaborações em 1  
campanha

**117**  
opiniões

**Volumax**

Com 40 colaborações em 1  
campanha

## Resultados



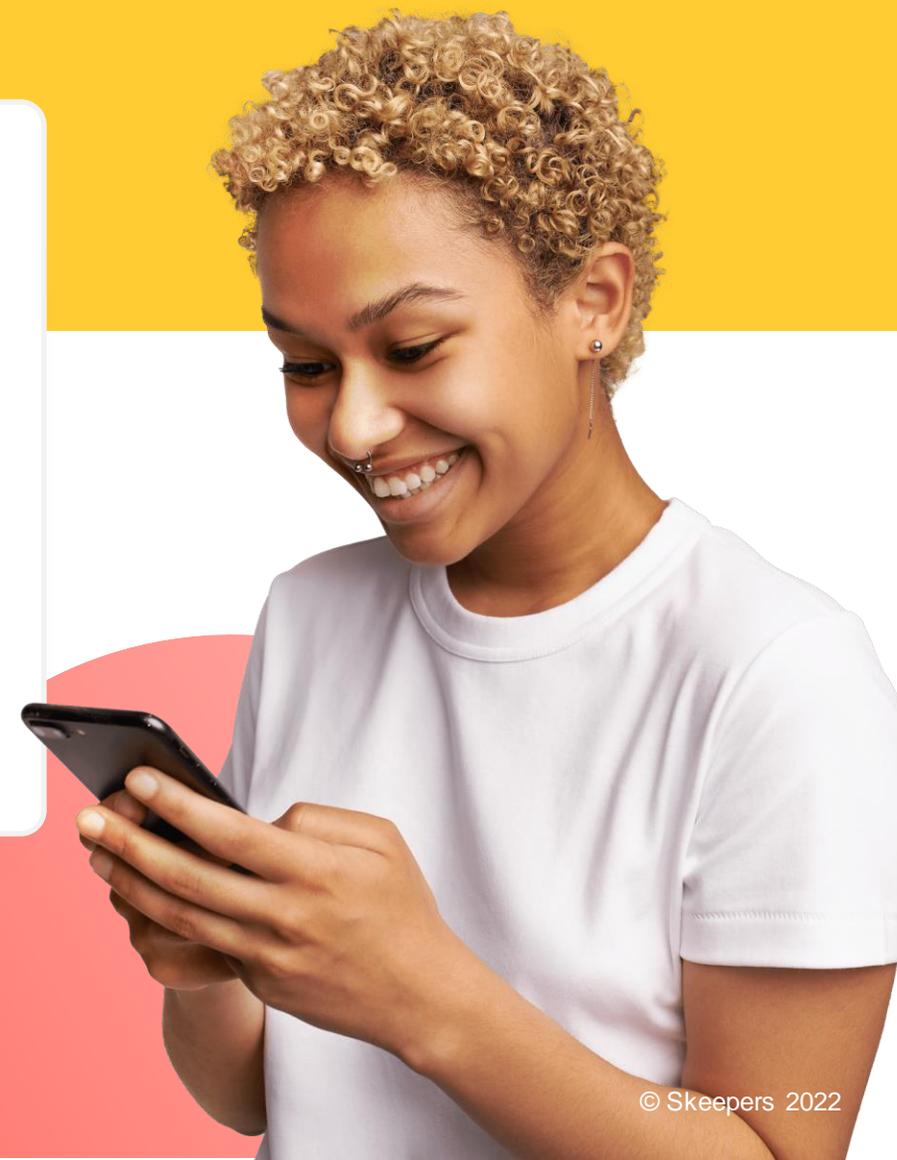
### Aumento do tráfego na web

Os Laboratórios PHERGAL têm visto um aumento do tráfego no seu website, mas também nas suas páginas de exposição em lojas virtuais como El Corte Inglés, Carrefour e outras grandes farmácias espanholas online.



### Melhoria do posicionamento

De facto, as revisões detalhadas com as palavras-chave dos seus produtos de referência permitem-lhe melhorar as suas referências no Google, melhorando o seu SEO.

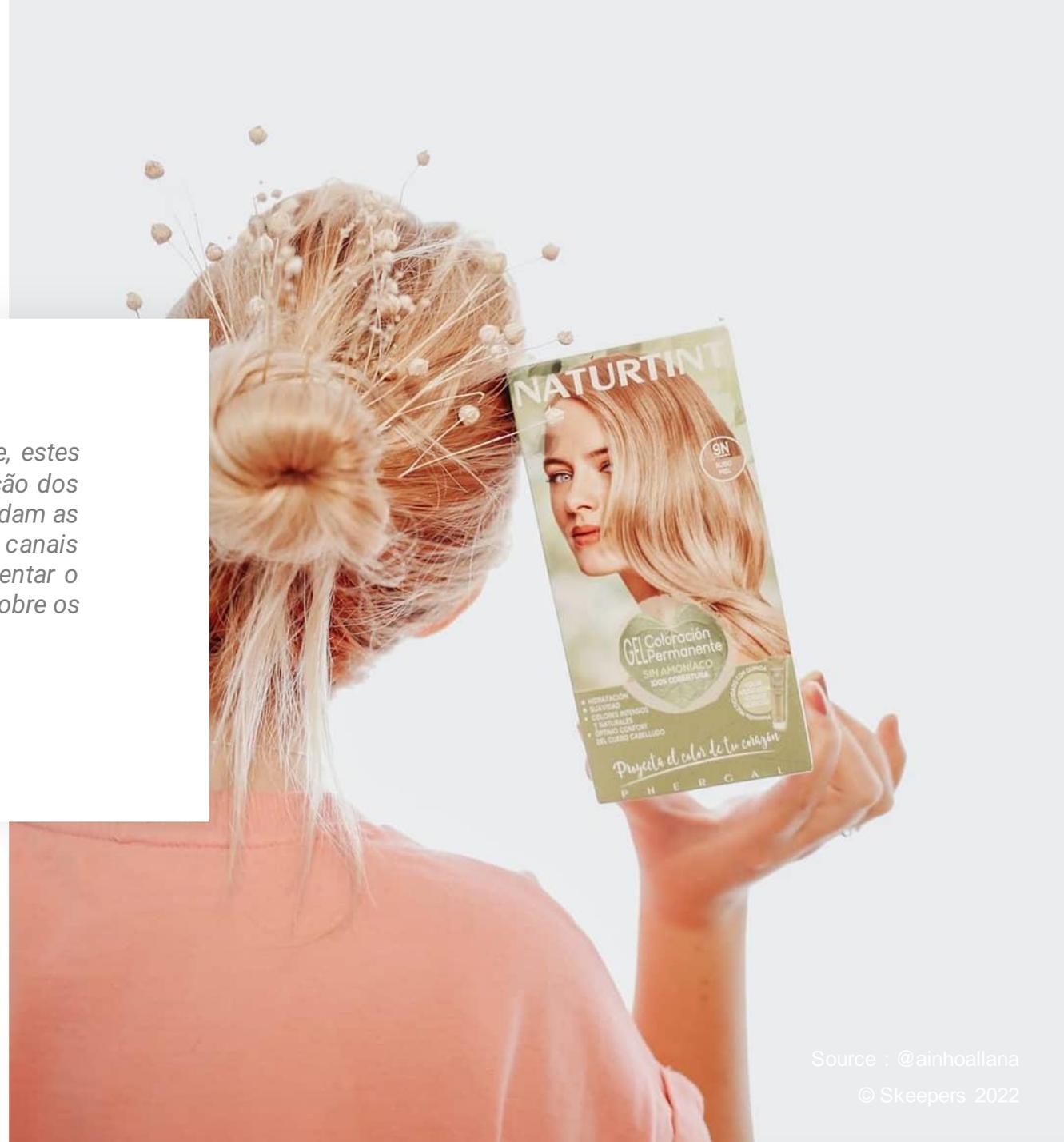


## Resultados



« Para além da informação sobre os produtos já publicada no website, estes visitantes também gostam de saber sobre a experiência real de utilização dos produtos. As análises dão mais credibilidade aos nossos produtos e ajudam as pessoas a conhecê-los com mais detalhe. Graças à promoção nos canais digitais e aos esforços feitos na comunicação online, estamos a aumentar o volume de consumidores, que costumavam ter informações limitadas sobre os produtos. »

**María DEL PINO NAVARRO**  
CEO dos Laboratórios Phergal



# Resultados

Para medir o sucesso das campanhas de opinião, há alguns indicadores-chave a ter em mente:

## Número de opiniões conseguidas

O número de opiniões conseguidas através de colaboração e campanhas.

## Número de opiniões positivas

4 e 5 estrelas são avaliações muito boas. Para este indicador, convém adicionar o nº de opiniões em todas as páginas web que as recolhem.

## Percentagem de opiniões positivas

O objetivo é conhecer a perceção geral. Tem que se comparar a proporção de avaliações positivas VS negativas.

## Comparar o volume de compras

Consiste em contrastar o número de compras antes da campanha de opiniões VS as compras que a mesma traz.

## 3 conselhos para lançar uma campanha de opiniões

### Identificar o produto adequado

Pode ser o seu **best-seller** para reforçar a sua página de produtos quando as pessoas a ela chegam. Também pode ser um **produto que acabou de lançar** porque precisa de criar esse ambiente de confiança graças a experiências reais, ou um produto onde lhe faltam críticas..

### Decidir as páginas web que se vão impulsionar

Pode concentrar-se no seu **próprio e-commerce** ou trabalhar numa estratégia multi-site, obtendo revisões dos seus produtos nos **websites dos seus distribuidores eletrónicos**.

### Reutilizar as avaliações conseguidas

Não hesite em **utilizar as opiniões** recolhidas nos diferentes websites e nos outros canais de comunicação (boletins informativos, redes sociais, página inicial do seu sítio Web, anúncios...).

# S'KEEPERS

Preparado para criar valor para e  
**pelos seus clientes?**

RATINGS  
& REVIEWS

USER GENERATED  
VIDEOS

LIVE  
SHOPPING

INFLUENCER  
MARKETING

CX  
MANAGEMENT

PREDICTIVE  
MARKETING ACTIVATION

Sollicite uma demonstração



WEBSITE

<https://skeepers.io/pt/>



CONTACTE-NOS

<https://skeepers.io/pt/demo-pt/>

