



# Cómo aumentar la tasa de conversión gracias a la transparencia de las opiniones

CASO DE ÉXITO - JUGUETOON



# Cliente



La historia de Juguetoón comienza en 1992, cuando la familia Rivera abre su primera tienda de juguetes en Linares (Jaén).

Se inspira en la ilusión de los niños cuando se quedan embobados mirando el escaparate de su juguetería favorita o escriben la carta a los Reyes Magos.

Con más de 80 tiendas físicas repartidas en España, en el 2016 dieron el salto al e-commerce creando la tienda online.

A partir de ahí, confiaron en la **transparencia** como estrategia para su **reputación online**.





#### SECTOR DE ACTIVIDAD

Juguetería



#### PÁGINA WEB

Juguetienda.es



#### CLIENTE DE SKEEPERS DESDE

2017



#### SOLUCIONES UTILIZADAS

Opiniones Verificadas

#### **Domingo Rivera**

Partner & CDO at Juguetoon

“El principal beneficio que hemos logrado, ha sido la transparencia con nuestros clientes, al leer opiniones 100% reales y verificadas, de otros clientes que ya han comprado, los clientes potenciales sienten la seguridad de realizar su pedido en Juguetoon y no en otro e-commerce. Hemos aumentado la tasa de conversión y reducido el abandono del carrito progresivamente según el número de opiniones conseguidas, eso esta claro, año a año, a más opiniones mayor aumento en la tasa de conversión. Es muy importante para ello que el cliente potencial, también pueda leer opiniones negativas, lo que proporciona la transparencia real y mayor confianza en nuestros servicios.”



CASO DE ÉXITO - JUGUETOON

# Contexto y objetivos



## Ganar autoridad como marca

La prioridad a solucionar era **ganar autoridad como marca entre la competencia**.

Por lo que Juguetòon necesitaba atraer a **clientes potenciales** y que estos mismos, satisfechos con el servicio prestado y opinando, consiguieran darles **autoridad y relevancia** como marca en el sector de la juguetería online.

En definitiva, el objetivo era llevar a cabo una **estrategia de branding fuerte**.



# Desafíos



## Criterios

- Crear seguridad
- Mejorar el servicio y aportar valor
- Aumentar la tasa de conversión



# Desafíos



- **Crear seguridad:** Al lanzar un nuevo e-commerce, el cuál no es muy conocido, el usuario se siente inseguro, le entran dudas y finalmente abandona el carrito, incluso siendo el precio del producto más competitivo. Lo más importante para finalizar el funnel de compra, es la seguridad en el servicio que ofrecemos.
- **Mejorar nuestro servicio y aportar valor:** Las opiniones negativas, permiten aprender de los errores y localizar fallos en el proceso tanto logístico, cómo de atención al cliente, lo que permite aportar valor al servicio que ofrecen a sus clientes, mejorando gracias a sus opiniones.
- **Aumentar la tasa de conversión:** En el inicio de nuestra aventura, tenían un gran tráfico; sin embargo, una tasa de conversión baja. Consiguieron mejorar este punto y aumentar la tasa de conversión, gracias a las opiniones de los clientes.



# Solución

# +40%

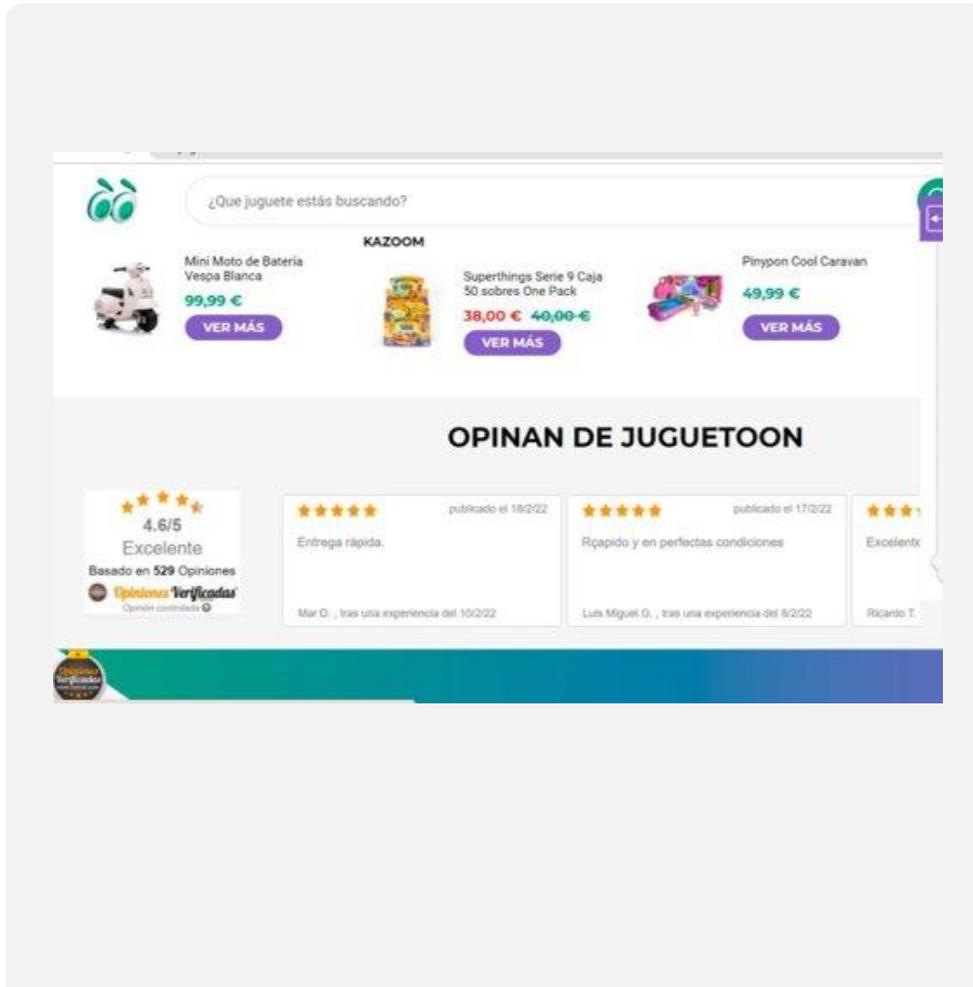
## AUMENTO DEL TRÁFICO

## Contenido adicional en sus hojas de producto

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

## Reputación online & confianza

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



# Resultados

**x2**

**Base de clientes y conversiones**

Gracias a la solución, duplicaron las conversiones y la base de clientes.

**+ 1,5%**

**Tasa de conversión**

Hemos pasado de una tasa de conversión del 0.3% desde que comenzamos a usar OV a un 1.8% en 2021

**+40%**

**Aumento del tráfico**

El tráfico ha aumentado linealmente durante los últimos años. Comparando el 2020 con el 2021 hemos conseguido un 40% de aumento en el tráfico.



THE UGC SOLUTION SUITE

# Get real with your shopper solutions

[Solicita una demo](#)

