



In che modo le recensioni dei clienti sono diventate una delle **principali leve di acquisizione e fidelizzazione dei clienti di Chefclub?**

CASO CLIENTE - CHEFCLUB



Cliente

Chefclub, “Il marchio eat-entertainment”

Chefclub è un marchio digitale di cucina nato a Parigi nel 2016. L'azienda ha anche una presenza globale, principalmente in Europa e negli Stati Uniti. La loro missione è trasformare la cucina in uno spazio di condivisione e divertimento per grandi e piccini.

All'inizio, Chefclub era nato per condividere ricette semplici e convenienti, si è quindi evoluto nel tempo pubblicando libri, vendendo prodotti e realizzando eventi in negozi fisici come Cultura e JouéClub.

Chefclub offre oggi prodotti della vita quotidiana per tutte le generazioni.



Recensioni Verificate
SKEEPERS



SETTORE D'ATTIVITÀ

Foodtech



CLIENTE SKEEPERS DAL
2021



SITO WEB

<https://www.chefclub.tv/it/>



PRODOTTO SKEEPERS

Recensioni Verificate by SKEEPERS



Chefclub®
NETWORK

«Abbiamo dato priorità alle recensioni dei clienti perché è lo strumento che ha il maggior impatto su tutti i nostri argomenti. Lavorare con esperti come Recensioni Verificate di SKEEPERS supporta la nostra strategia aziendale per aumentare le nostre vendite».



Robin CAILLAUD

Direttore E-commerce e Digital Chefclub

Contesto e obiettivi

Molto più di un brand digitale!

Chefclub è un brand molto presente sui social, con una dimensione comunitaria profondamente integrata fin dall'inizio.

Al di là del suo status mediatico, il brand è alla convergenza di molti progetti che lo arricchiscono, andando oltre la sfera dei social network: progetti con retailer, con grandi brand della cucina (SEB, Tefal) o brand consumer...

L'obiettivo finale? Somigliare a Netflix o Disney e accompagnare le generazioni a condividere bei momenti insieme.

Un'esperienza complessiva molto diversificata

Oltre ai propri prodotti, Chefclub offre esperienze uniche nei negozi attraverso gamme dedicate e specifiche, il che permette al brand di essere presente fisicamente per i clienti.

È fondamentale per Chefclub garantire la migliore esperienza possibile con ogni prodotto e servizio nel mondo del cibo.

«È in questo contesto di diversificazione che Chefclub ha voluto impostare una strategia per la raccolta e la pubblicazione delle recensioni clienti con la soluzione Recensioni Verificate di SKEEPERS. L'obiettivo? Trasformare il nostro incredibile pubblico in un pool di potenziali acquirenti e clienti».

Chefclub, e-merchant in divenire

Chefclub ha anche iniziato a vendere prodotti, andando incontro al desiderio espresso dalla comunità, che contribuisce così alla co-creazione del marchio.

Ecco allora libri (più di 800.000 copie), prodotti per adulti (in collaborazione con marchi come SEB o Tefal), prodotti alimentari come gelati, spezie o cioccolato o prodotti di punta per bambini.

Chefclub
 NETWORK

15 BILLION VIEWS IN 2020
 Launched in Feb. 2016



Chefclub
 ÉDITION

700 000 BOOKS SOLD
 Launched in Nov. 2017



Chefclub
 KIDS

150 000 KITS SOLD
 Launched in Nov. 2019



Chefclub
 by Tefal

A 50-SKU product range
 Launched in retail stores in 2021



Chefclub
 FOOD

25 SKUs IN 2021
 132 SKUs by 2023



CIFRE CHIAVE

- **100 milioni** di follower su tutte le piattaforme social
- **2,5 miliardi** di visualizzazioni ogni mese
- **+ di 10k** ricette
- **1 milione** di prodotti venduti
- Già presente in **300** punti vendita fisici

Le sfide di Chefclub

Come trasformare 2,5 milioni di viewer in potenziali acquirenti? Come essere innovativi nell'approccio alle recensioni dei clienti, mantenendo lo stesso successo che il marchio ha sui social?

Acquisizione

Chefclub sta iniziando a investire in sponsorizzazioni, con un impatto sul traffico naturale e a pagamento. L'utilizzo delle recensioni dei clienti nell'ottimizzazione di questa strategia è essenziale.

«I clienti che si appropriano del linguaggio del marchio rappresentano una risorsa molto preziosa e molto più efficace rispetto al marketing tradizionale..»

Conversione

Com'è possibile far interagire le strategie di contenuto con le strategie commerciali? Le recensioni dei clienti consentono di fornire una soluzione integrando ogni fase del percorso di conversione (lead caldi, freddi, visitatori di YouTube, etc.).

Fidelizzazione

Poiché Chefclub lancia spesso molti nuovi prodotti, i clienti vanno rassicurati in merito alla fabbricazione e all'utilizzo pratico, soprattutto per i kit complessi. Le recensioni dei clienti aiutano a migliorare l'esperienza di riacquisto, fidelizzazione e soddisfazione del cliente.

Risultati



"Siamo partiti da una grande notorietà sui social network, ma dal punto di vista commerciale è stato proprio il contrario. Ci siamo poi chiesti: quali sono gli strumenti prioritari con il maggior impatto sugli argomenti che trattiamo? Ovvio: le recensioni dei clienti, un argomento onnipresente. In queste condizioni, circondarci di esperti come SKEEPERS è essenziale per farci progredire".



Robin CAILLAUD

Direttore E-commerce e Digital Chefclub



Una constatazione necessaria all'implemento di Recensioni Verificate

In precedenza, Chefclub utilizzava un'app di recensioni clienti **che non soddisfaceva tutte le esigenze aziendali**, essendo limitata a causa della sua scarsa notorietà. Includeva anche una raccolta parziale, una granularità limitata di domande e una parziale distribuzione internazionale.

Inoltre, a differenza della piattaforma Recensioni Verificate, l'applicazione non aveva alcun impatto SEO sulle parole chiave, non aveva interfacce user-friendly né strumenti analitici precisi.

«La soluzione Recensioni Verificate porta molto più valore al team nel costruire la relazione con i clienti».

Credits foto: Unsplash

Contesto e obiettivi

L'implementazione del questionario

I questionari vengono inviati 15 giorni dopo l'acquisto, in modo che il cliente abbia una prospettiva sufficiente sull'uso del prodotto.

«I clienti vogliono davvero condividere la loro esperienza e contribuire a far crescere il marchio. Volevamo andare molto oltre il classico questionario: in questo modo l'intera customer experience viene valutata, ma con un modulo compilato in solo 1 minuto.»

La risposta alla domanda "Come ci hai conosciuto" è molto preziosa in termini di acquisizione e traffico, ci permette infatti di capire internamente «come reinvestire i budget»

Infine, il brand ha aggiunto anche un'opzione per specificare se il prodotto acquistato è un regalo, in tal caso il cliente non ha un'opinione sul prodotto, ma può scrivere una recensione in generale su Chefclub. Ciò evita di distorcere i risultati nell'analisi.

Genesi del progetto

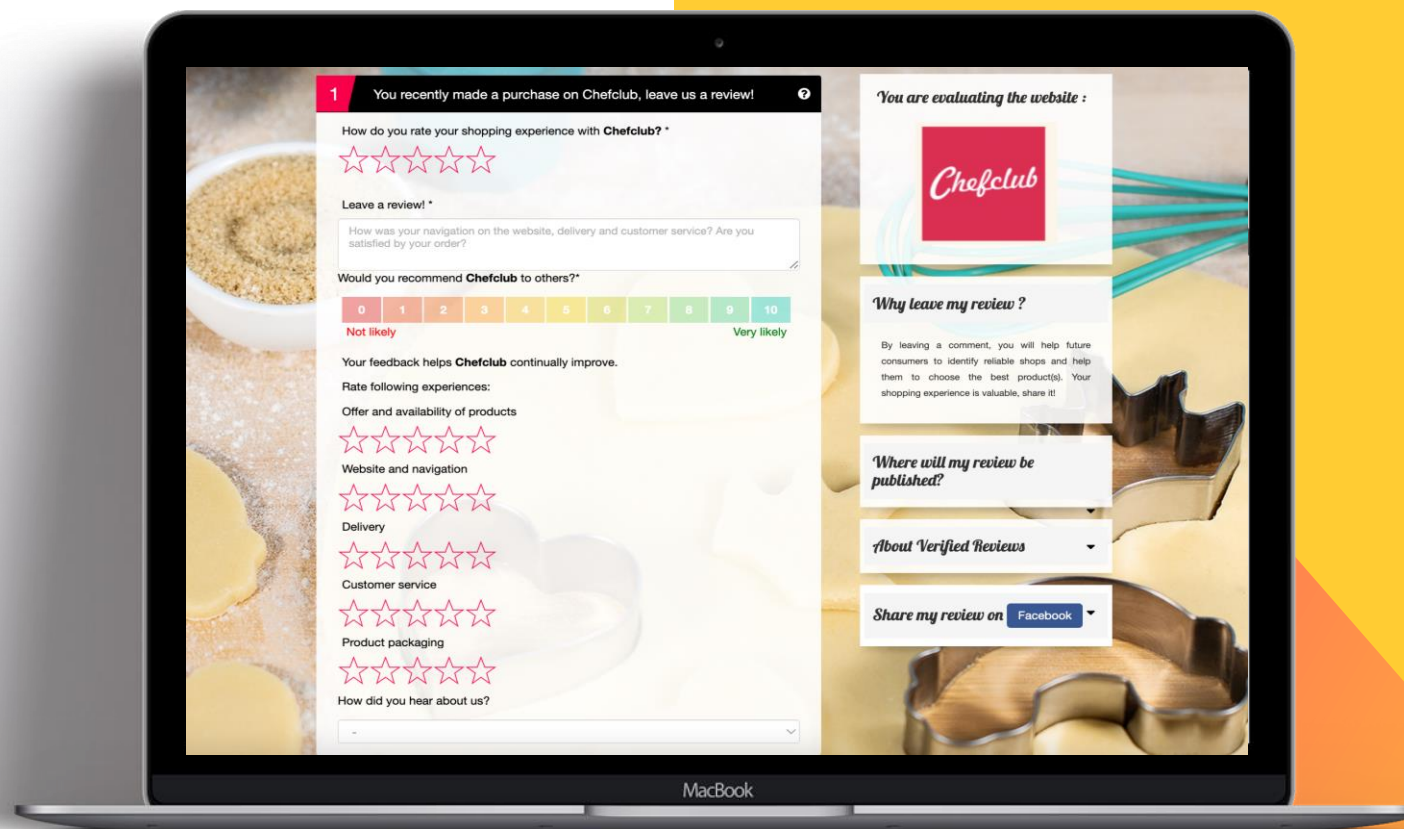
Chefclub aveva bisogno di una rapida implementazione del progetto di recensioni clienti (prima di Natale)

- Kick Off del progetto: 3 novembre
- Produzione internazionale di questionari: 29 novembre
- Produzione finale del questionario francese: 13 dicembre
- Tutto nel giro di poche settimane!
- E tutto questo, con un limitato coinvolgimento tecnico da parte di Chefclub
-

Soluzione

Il questionario, suddiviso tra esperienza d'acquisto e recensione prodotto:

- Recensione globale del marchio: valutazione complessiva della soddisfazione dei consumatori su Chefclub (NPS).
- Recensioni sull'esperienza web: inclusi diversi criteri di qualità su navigazione, packaging, etc.
- Recensioni prodotti: un punteggio da 1 a 5 aggiungendo un commento.
- Un modulo distribuito in 3 lingue.

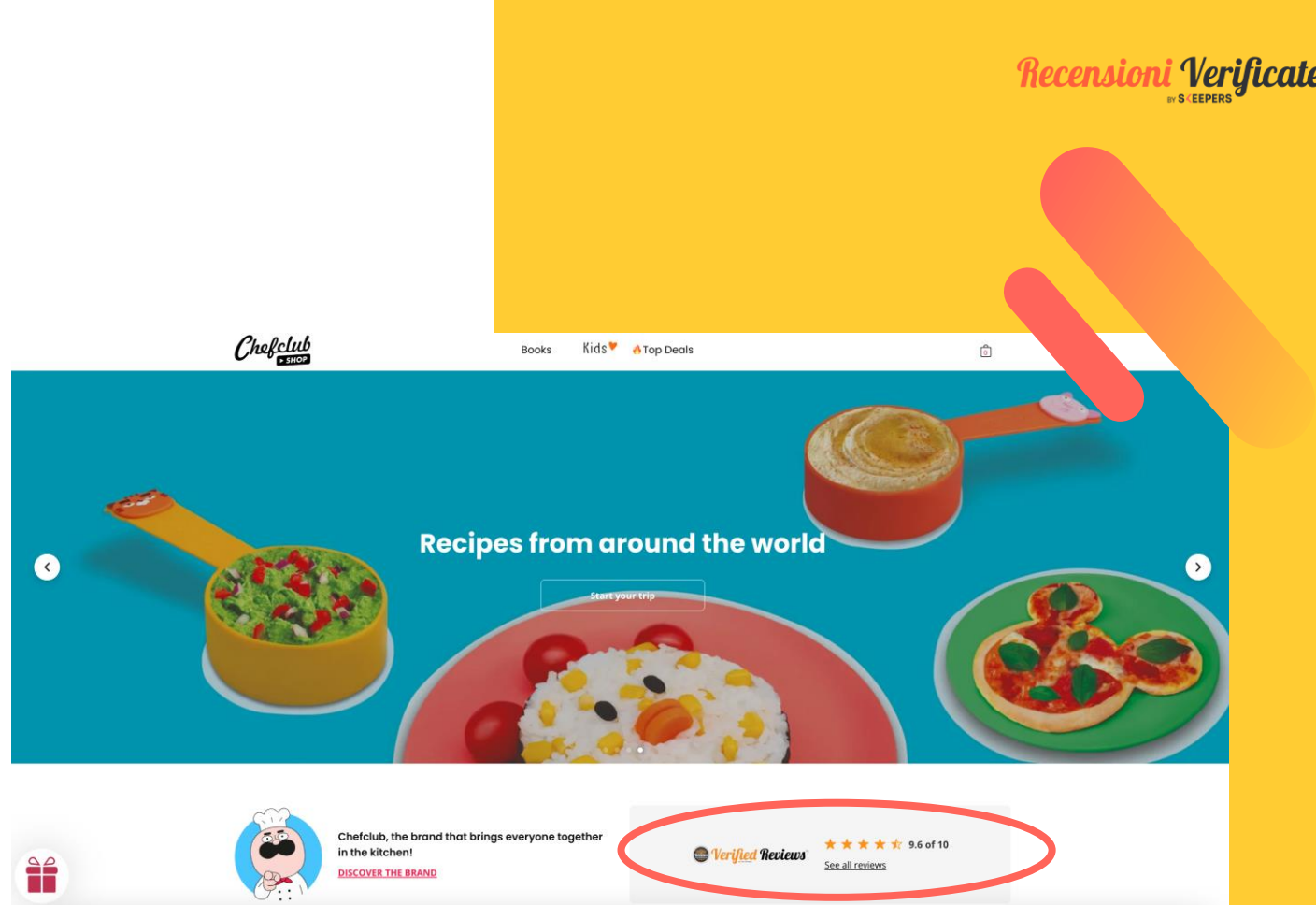


Risultati

La recensione del brand: accessibile a prima vista sulla home page

Chefclub ha effettuato A/B test internamente e ha deciso di inserire le recensioni dei clienti completamente in alto, mentre di solito erano in piè di pagina.

Quando il marchio è meno conosciuto, le recensioni dei clienti diventano fondamentali!



Risultati

Recensioni Prodotti

Alla stregua della recensione brand, quelle sui prodotti sono visibili immediatamente dai visitatori, e **generano sicurezza, ottimizzando il tasso di conversione.**

Tutte le recensioni prodotti sono pubblicate in dettaglio sul sito web in maniera trasparente **rispettando bene le regole AFNOR (normativa europea) e offrendo visibilità a un futuro consumer.**



NOUVEAUTÉ

★ 4.9/5 - 95 avis

Coffret - Je cuisine mes goûters préférés
26 €



NOUVEAUTÉ

★ 4.8/5 - 51 avis

Couteau Chefclub Kids
22,90 €

Questo caso cliente è stato tradotto dal francese all'italiano.

I risultati del progetto

Chefclub ha migliorato la qualità di risposta del servizio clienti (nesting con Zendesk), incluso un livello di automazione. Quando un punteggio è inferiore a 4, il caso cliente viene automaticamente aperto in Zendesk. L'idea è quella di ricostruire una relazione contattando direttamente i clienti insoddisfatti. Questo feedback è molto apprezzato dai clienti e aggiunge valore al marchio.

«Cerchiamo di fornire risposte strutturate e precise. Vogliamo mostrare reattività, ascolto ed empatia. Grazie a questo approccio, alcuni clienti sono diventati ambasciatori dopo un brutto inizio! A loro volta, tutti i membri del nostro team rispondono alle recensioni, sia sul nostro sito che su Google, ognuno è coinvolto nella discussione con il cliente.»

Tra le altre conseguenze qualitative, Chefclub è stato in grado di produrre nuove analisi (in particolare sull'NPS). Le recensioni dei clienti sono un vero e proprio aiuto al processo decisionale grazie alla trasferibilità delle risposte ad altri team, permettendo di migliorare i prodotti dell'azienda e dare valore alle recensioni. Infine, tale progetto ha permesso una migliore condivisione delle performance internamente e a livello del top management.

KPI e recensioni dei clienti Dopo 4 mesi

635

Recensioni brand

915

Recensioni prodotto

4.79

Valutazione
complessiva
del brand

4.79

Valutazione
complessiva delle
recensioni prodotto

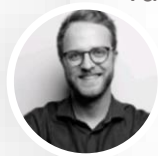
Risultati



«Le recensioni dei clienti sono ovunque, possono essere utilizzate e attivate da tutti in azienda. Ad esempio, servono da ponte con i team di sviluppo dei prodotti, per migliorarne alcuni e svilupparne altri. In generale, le recensioni dei clienti aiutano a gestire sia la roadmap del prodotto che quella del progetto.

Non dimentichiamo che per essere un buon marketer, devi passare il 25% del tuo tempo ad ascoltare i tuoi clienti! Se sei un'azienda con una roadmap impegnativa ma un IT limitato, devi dare la priorità al feedback dei tuoi clienti, cosa che ti consentirà di raggiungere l'obiettivo fornendoti allo stesso tempo dati qualitativi utili.

SKEEPERS è il nostro partner ideale, grazie all'expertise del gruppo e alla scalabilità delle soluzioni, soprattutto per i nostri progetti multiplatforma futuri».





Robin CAILLAUD


Direttore E-commerce e Digital Chefclub


SKEEPERS

Pronto a creare valore
per e con i tuoi clienti?

 Ratings & Reviews

 Consumer Videos

 Live Shopping

 Influencer Marketing

 Insight Activation

 Insight & Feedback Management

Richiedi una demo



SITO WEB
www.skeepers.io/it



CONTATTACI
www.skeepers.io/contact