

Vendite e recensioni su un e-commerce: come instaurare un rapporto virtuoso

Pubblicato: Lunedì 4 Aprile 2022



Qual è la relazione che c'è tra le recensioni dei clienti e le vendite di un e-commerce? Quando si pensa a lanciare un e-commerce, a prescindere da quale sia il proprio settore, bisogna sempre pensare che intorno va costruita una community di utenti in modo tale che gli utenti possano interfacciarsi tra loro e partecipare al processo di acquisto. Andando a cercare qualsiasi e-commerce in rete, vi renderete ben presto conto che le realtà imprenditoriali sul web che hanno un maggior successo sono coloro che raccolgono e utilizzano le recensioni dei clienti. Di conseguenza, mettono in moto un meccanismo comunitario che dà l'opportunità ai clienti di poter esprimere la loro opinione in merito ai servizi oppure ai prodotti. Vediamo insieme quali sono i numeri della relazione tra recensioni e vendite sull'e-commerce e perché vale la pena curare questo aspetto della propria realtà commerciale sul web.

Recensioni ed e-commerce, i dati

Le startup con budget molto limitati, così come i piccoli negozianti, hanno sempre contato sulla possibilità di aumentare il traffico di vendita con l'aiuto del cosiddetto "passaparola". Nel mondo dell'e-commerce, la natura stessa di questa struttura di vendita, richiede uno sforzo differente ovvero si deve mirare al "passaparola web". Cosa c'è di meglio delle recensioni per riuscire in questo obiettivo? Le [opinioni dei consumatori](#) sono importantissime e parte integrante del successo di un e-commerce. Da diversi anni ci sono alcune società specializzate nella consulenza sul search marketing e SEO, che hanno analizzato quanto ci sia di virtuoso nel rapporto tra le recensioni e la conversione in vendita di un e-commerce. Dallo studio effettuato, in diversi step, emerge che il 84% degli acquirenti si fida delle recensioni on-line proprio come se si trattasse di vere e proprie raccomandazioni personali. Infatti, 9 consumatori su 10 sono portati a leggere almeno 10 recensioni prima di fare un acquisto. Un'altra cosa molto importante è che le persone tengono particolarmente alle recensioni positive e finiscono per scegliere coloro che hanno risposte buone almeno per il 74%.

Le conversioni di vendita grazie alle recensioni di un e-commerce

Le recensioni di un e-commerce danno la possibilità ai venditori di poter aumentare le conversioni, ovvero la vendita, di almeno 5 punti in percentuale. Questo perché il 63% dei clienti è molto più propenso a effettuare un acquisto da un sito che ha recensioni di altri utenti. Quindi, analizzando questi dati, si aprono due punti di vista fondamentali per chi vuole avere un e-commerce di successo: in primis, è importante curare le recensioni. Ma è cruciale inoltre, che siano positive.

Migliorare le recensioni del proprio e-commerce

Per migliorare le recensioni del proprio e-commerce bisogna innanzitutto, promuoverle e poi cercare di seguire le indicazioni date dagli utenti sulla rete. Per trarre il massimo beneficio, la scelta ideale è posizionare le recensioni direttamente sulla **homepage**, sulle pagine individuali di un prodotto o sulle landing page. È molto importante anche creare un meccanismo di recensioni sui siti terzi. Quindi con

l'aiuto di siti terzi potete strutturare il meccanismo di “commento”, in modo tale da riuscire a ottenere un **feedback** da parte degli utenti. Agli utenti a volte basta semplicemente richiedere il loro parere. Questo vi aiuterà a creare una sorta di community che non potrà che spingerli a scrivere la loro esperienza e di conseguenza, a dare una sorta di feedback di confronto utile agli altri potenziali clienti. Poi ricordate: le recensioni anche negative sono preziose per chi ha un e-commerce perché vi danno la possibilità di **correggere gli errori** in corso d'opera e quindi di migliorare vari aspetti della vostra realtà commerciale sul web.

Redazione VareseNews

redazione@varesenews.it