

Dia do cliente: e-commerce de olho na satisfação dos clientes

eFácil investe em dupla imbatível para atrair consumidor

15/09/2016 17:47:34

O número de brasileiros que faz compras online mensalmente (38,2%) já superou o das lojas físicas (30,9%), segundo o levantamento Total Retail 2016 da PwC. De olho nesse público crescente, as empresas de e-commerce têm investido pesado.

Um bom exemplo é o eFácil, uma das maiores lojas online do Brasil, premiada com o Selo Diamante do Ebit e 15 anos de mercado, que vem investindo numa nova campanha para aumentar a satisfação dos clientes oferecendo exatamente o que ele mais busca na experiência online.

Segundo uma recente pesquisa da Ebit os dois principais fatores de indução de compra são: preço (57%) e qualidade (50%). Justamente a dupla que mais recebe atenção das grandes empresas de e-commerce, como o eFácil.

A forma como o site é desenvolvido é outro fator decisivo nessa experiência de consumo. Segundo o levantamento da PwC, na hora das compras online 34,4% dos brasileiros usam o computador, 5,8% tablets e 15,3% smartphones. Investir na navegabilidade dessas plataformas é essencial. O eFácil, por exemplo, é totalmente responsivo, ou seja, se adapta a qualquer dispositivo móvel.

Mas o e-commerce brasileiro esbarra num desafio: a crescente concorrência. Segundo a Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo (CNC), o número de lojas virtuais cresceu 21,52% no último ano. Para se diferenciar no mercado, satisfação, segurança e agilidade são valores destacados no posicionamento do eFácil. Cecília Aquino, responsável pelo marketing da empresa, explica a construção da campanha atual que está focada em gerar ainda satisfação aos seus clientes: “Queremos que nossos clientes se sintam satisfeitos no lado prático com a condição de pagamento, na segurança dos dados, no prazo de entrega e na entrega. Mas também queremos oferecer a satisfação como fruto de algo maior que o prático: a satisfação como sentimento. Queremos expressar o que é o nosso site, a nossa empresa, a nossa marca: alegria! Queremos permitir uma interação simples entre a loja virtual e o consumidor, facilitar a comunicação com pessoas e permitir ao usuário comprar o que deseja e ficar satisfeito. A satisfação ‘Tá’ no tangível, mas, principalmente no intangível. ‘Tá’ na sensação de ser bem atendido sem nem perceber isso. ‘Tá’ na cara!”.