



**DECATHLON**

**Creare una buona  
reputazione online non è  
mai stato così semplice**



# DECATHLON

DECATHLON Deutschland SE & Co. KG



Anno e luogo di fondazione

1976  
Villeneuve-d'Ascq,  
Francia



Numero di impiegati

5.000



Sede centrale

Plochingen, DE



Collaborazione con Trusted Shops dal

25/05/2011



Sito

[www.decathlon.de](http://www.decathlon.de)



Fatturato

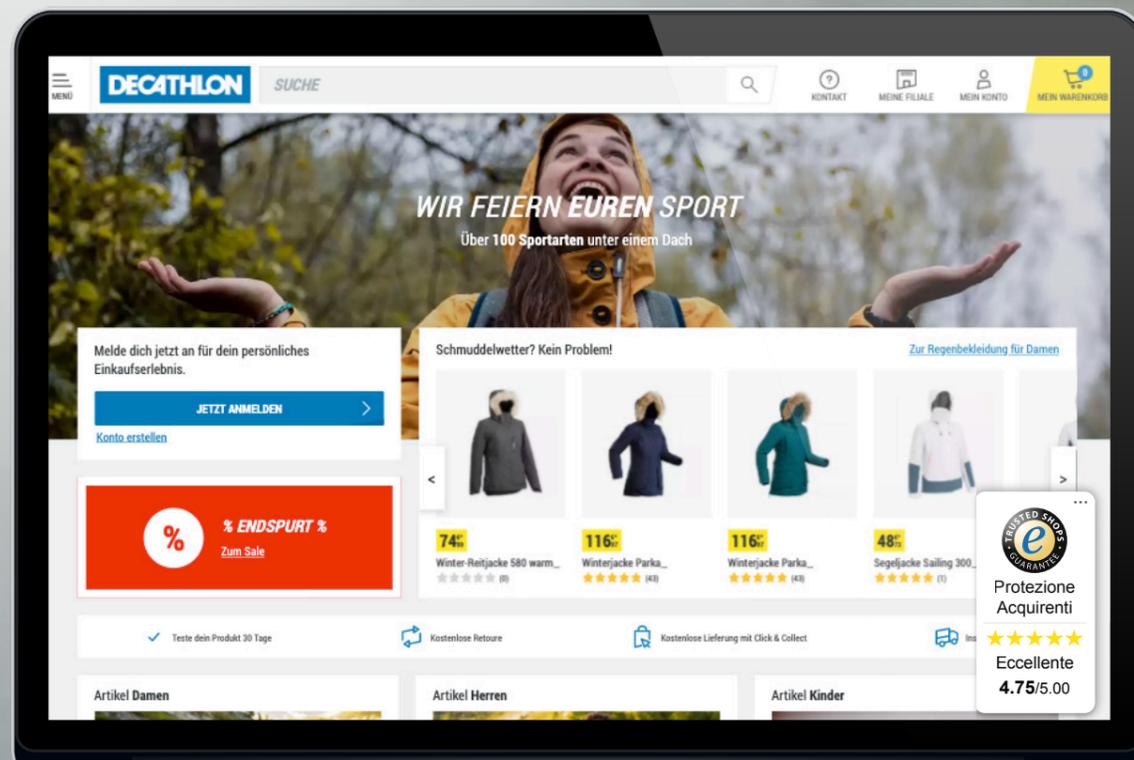
789 € M

## Avere una buona reputazione online è fondamentale

Con filiali in ben **57 Paesi**, DECATHLON è uno dei principali produttori e rivenditori di articoli sportivi al mondo.

Nel presente caso di studio vedremo per quale motivo un marchio così conosciuto e affermato ha bisogno di guadagnare la fiducia dei clienti e qual è il modo migliore per farlo.

Inoltre, DECATHLON è stato uno dei primi rivenditori a provare il **Reputation Manager di Trusted Shops** e ha condiviso con noi la sua esperienza.



Protezione Acquirenti



Eccellente

4.75/5.00



## La fiducia non è mai abbastanza, nemmeno per un marchio noto



La fiducia è importante per attrarre nuovi clienti, soprattutto per le aziende o i marchi nuovi sul mercato.

Tuttavia, anche per un'azienda come DECATHLON, che esiste da quasi più di 40 anni, la fiducia continua a essere un fattore decisivo.

L'e-Commerce è un ambiente altamente dinamico e competitivo. Pertanto, è fondamentale non solo acquisire clienti bensì anche fidelizzarli. Le opinioni negative si diffondono rapidamente nel web. La creazione di una buona reputazione digitale, pertanto, non è un evento occasionale, bensì è il frutto di un lavoro costante e che dura nel tempo.

*“Vogliamo essere un marchio amato dai clienti, così come lo sono molti altri brand noti. Vogliamo arrivare al cuore della nostra clientela. Possiamo avere successo solo se le persone si fidano di DECATHLON. La fiducia in un brand aumenta la fedeltà e, di conseguenza, la probabilità che un cliente acquisti nuovamente da noi.”*

**Mona Freund**  
Reputation Manager presso Decathlon

## La Germania come mercato di crescita



Per DECATHLON, ci sono molti motivi per continuare a guadagnarsi la fiducia dei suoi clienti. Il rivenditore di articoli sportivi è il leader di mercato nel Paese dove è stato fondato, la Francia, e ha registrato un successo simile in altri Paesi europei come la Spagna e l'Italia. Tuttavia ci sono ancora altri mercati da conquistare. Grazie alle vaste misure pubblicitarie e a quelle adottate per aumentare la fiducia, da anni l'azienda continua a crescere in Germania.

Qui DECATHLON ha ancora un numero consistente di potenziali clienti disposti ad effettuare un acquisto solo se l'azienda sembra degna di fiducia. Dopo il primo acquisto, l'obiettivo è quello di costruire un rapporto con il cliente sostenibile e a lungo termine.

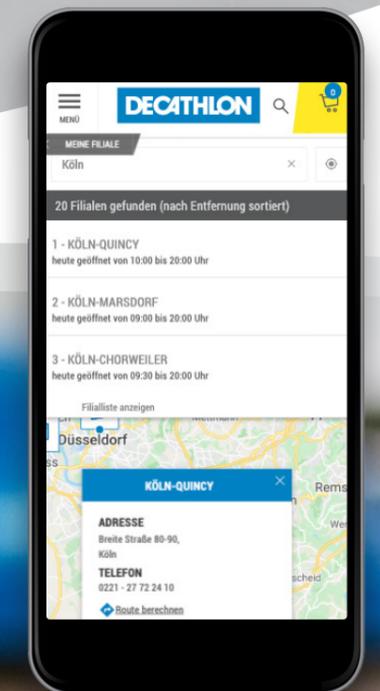
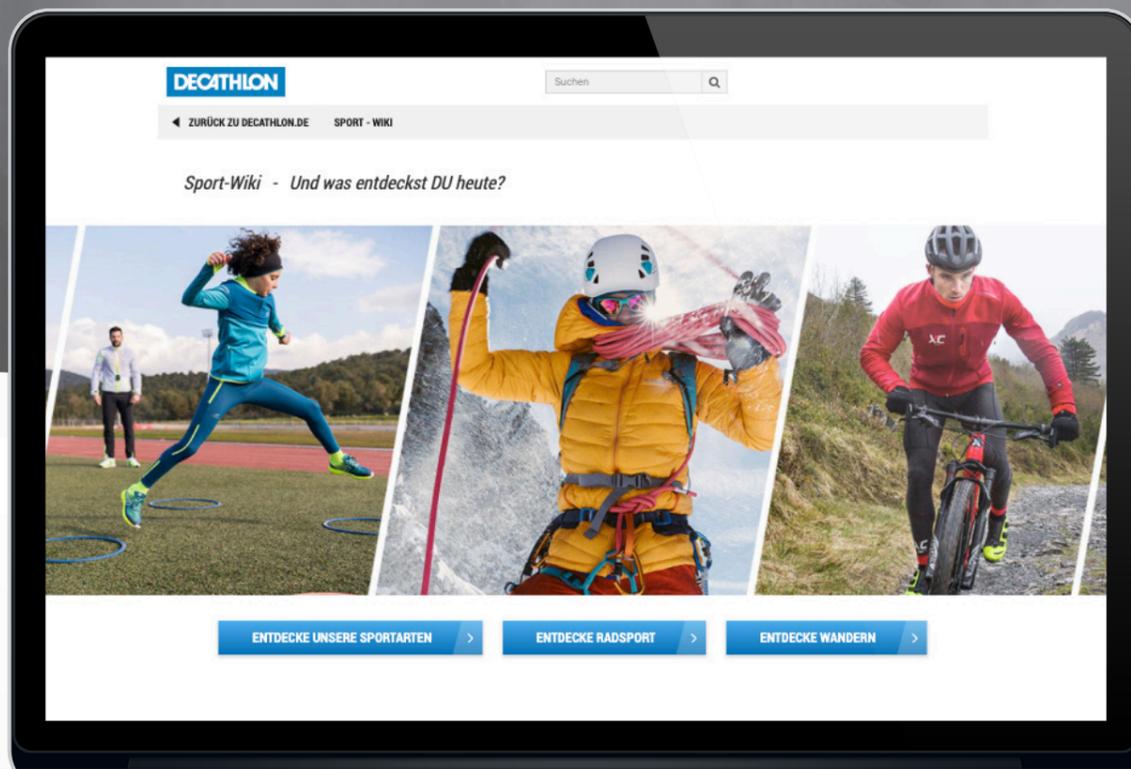
Questo è possibile solo se i clienti sono soddisfatti della qualità dei prodotti e del servizio.

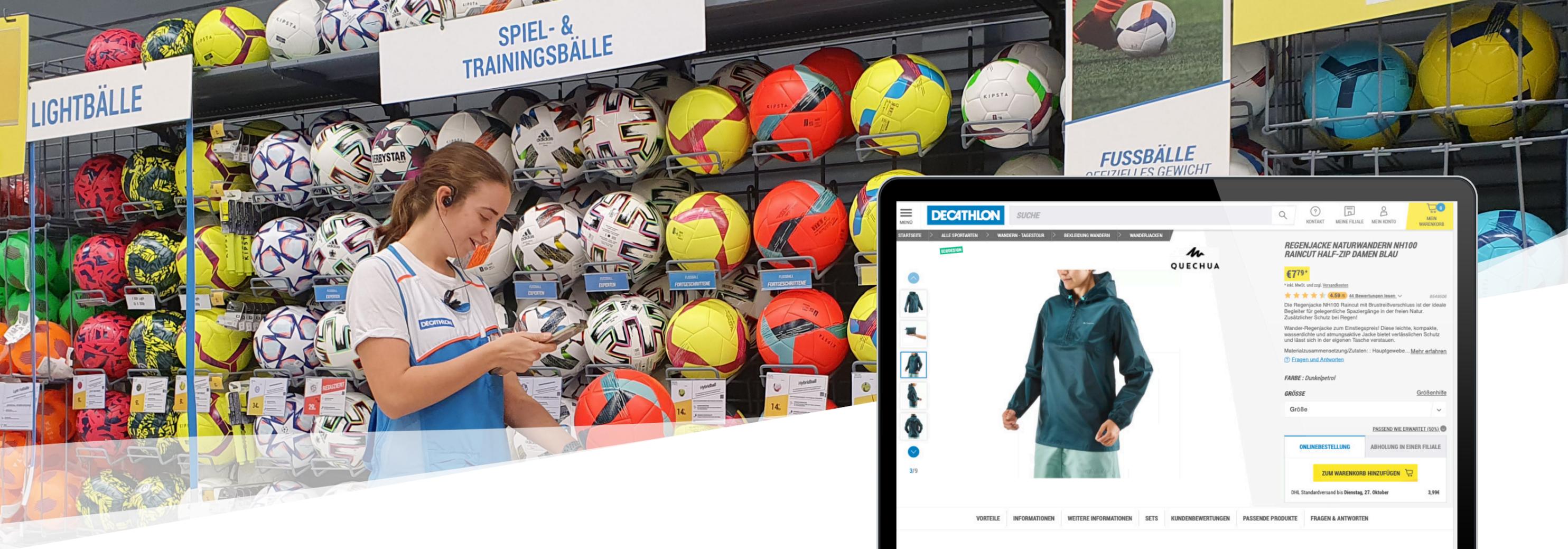
## Un'esperienza di acquisto totale



Oltre al negozio online decathlon.de, adesso in Germania ci sono più di 80 filiali. Molti clienti acquistano sia sulla pagina web che in filiale. Questi sono conosciuti come "clienti ibridi".

Per questo motivo, DECATHLON si è posta l'obiettivo di offrire agli amanti dello sport un'esperienza di acquisto totale, indipendentemente dal canale. Tutto rientra nel processo di consolidamento della buona reputazione di DECATHLON come brand.





## Ecco come costruire un marchio di fiducia!



Un marchio di fiducia e una buona reputazione online vanno di pari passo. Per le aziende che operano sia online che offline, l'immagine può davvero fare la differenza. DECATHLON consolida la fiducia nel suo marchio grazie alle seguenti strategie.

### Enfatizzare l'essenza del marchio

Prodotti accattivanti e di qualità, altresì con un ottimo rapporto qualità-prezzo, rappresentano un valido

supporto per aiutare il brand a farsi una buona reputazione. D'altronde, il fattore più importante sono le prestazioni principali che offre l'azienda, non i fronzoli e gli extra. I valori alla base del marchio e le persone che lo sostengono sono i due aspetti che contano veramente.

Tutti i dipendenti di DECATHLON sono amanti dello sport e hanno trasformato il loro hobby in una professione. Questo è ovvio sia nelle filiali che nel negozio online.

### Creare un sito web di qualità

Per guadagnare fiducia, la qualità del sito web è davvero un fattore importante. Se il sito non ha un aspetto professionale oppure è poco coinvolgente, ciò si può ripercuotere sulla fiducia del visitatore. Gli elementi principali della pagina devono funzionare perfettamente. Tra questi ricordiamo la velocità di caricamento, la semplice ricerca dei prodotti, la presenza di informazioni attendibili e una descrizione completa dei servizi e delle modalità di consegna.

*“L'impressione generata dalla pagina iniziale di un sito è fondamentale. Diamo grande importanza alle immagini che contribuiscono a creare l'ambiente giusto. Ad esempio, una famiglia che pratica sport. Questo trasmette immediatamente ai clienti il senso nascosto dietro il marchio DECATHLON”.*

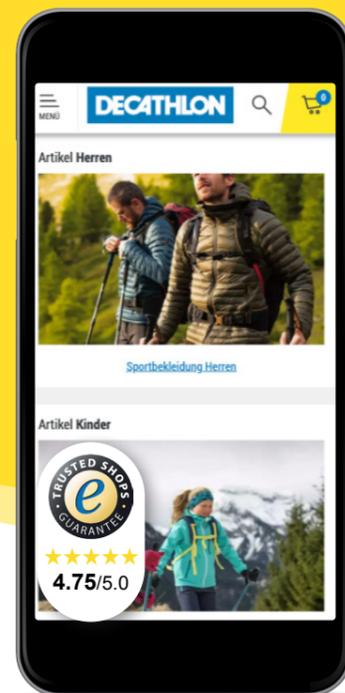
Axel Müller  
E-commerce manager

## Utilizzo di un sigillo di qualità indipendente

Un sigillo di qualità noto e indipendente aumenta la fiducia nel negozio online, soprattutto tra i nuovi clienti. Per questo motivo, DECATHLON ha optato per il Sigillo di Qualità di Trusted Shops e lo mette ben in evidenza sul suo sito web all'interno del Trustbadge®.



Per i clienti, è importante sapere che il negozio online soddisfa tutti i requisiti legali e che è stato controllato da un fornitore terzo affidabile.



## Rispondere alle recensioni negative

DECATHLON non lascia mai senza risposta una recensione negativa.

Il produttore di articoli sportivi ci tiene che siano i suoi dipendenti a rispondere direttamente alle recensioni e non affida questa attività a fornitori di servizi esterni. Proprio come i dipendenti commentano le recensioni online, i responsabili di

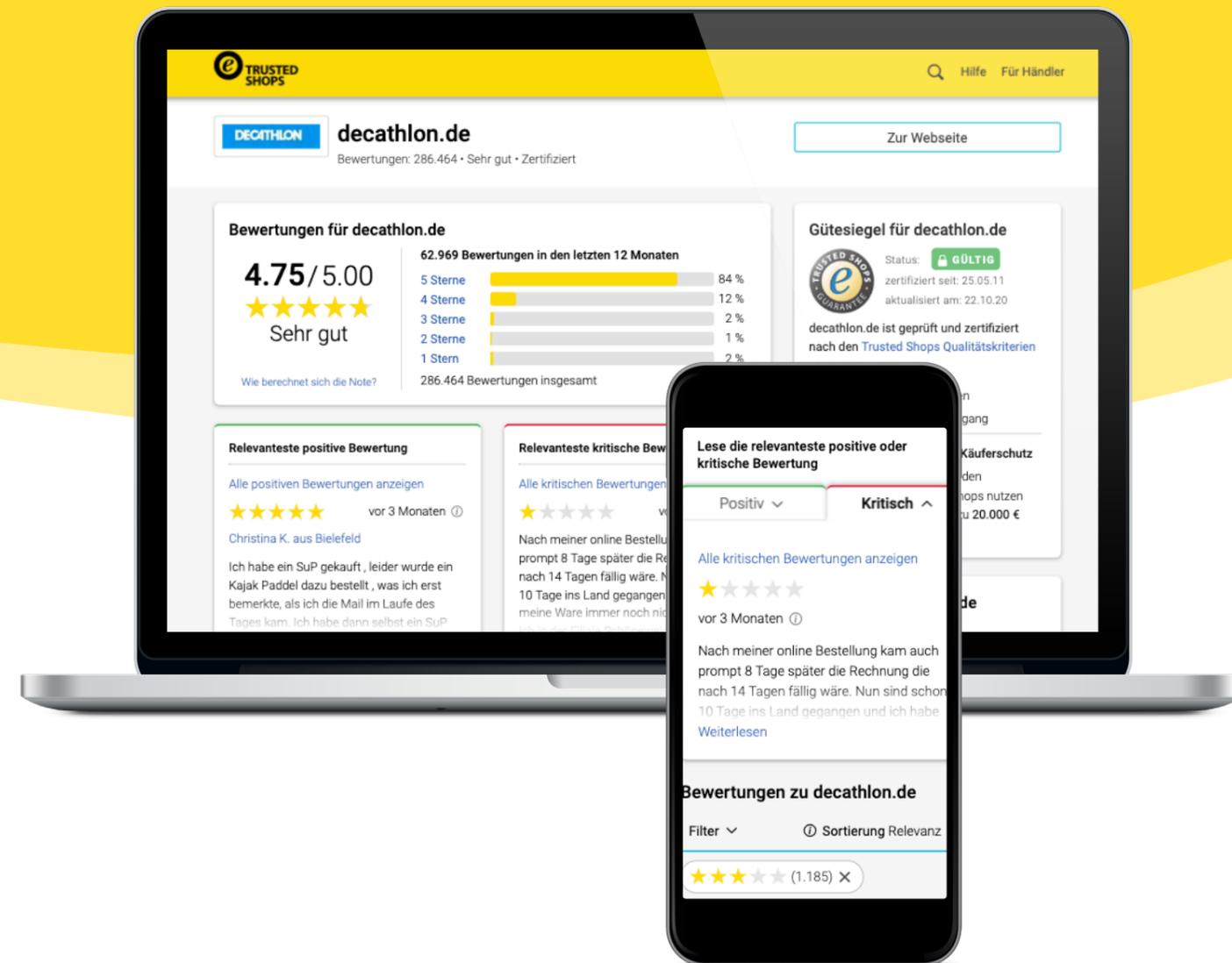
filiale analizzano quelle relative al loro punto di vendita.

DECATHLON prende in considerazione tutti i canali e le piattaforme alla ricerca di clienti insoddisfatti e utilizza il loro feedback come spunto di miglioramento.

## Raccogliere recensioni dei clienti

Quello che le persone dicono di un marchio influenza le opinioni di chi ancora non ne ha sentito parlare. Oltre alle raccomandazioni da parte dei conoscenti, anche le recensioni giocano un ruolo determinante. Soprattutto i nuovi clienti raccolgono informazioni su un'azienda che vende online prima di effettuare il loro primo acquisto.

DECATHLON garantisce che le persone trovino recensioni che coprano tutte le aree aziendali. Ci sono recensioni per il negozio online, per i prodotti, per le singole filiali e per i servizi in loco (ad esempio, la riparazione).



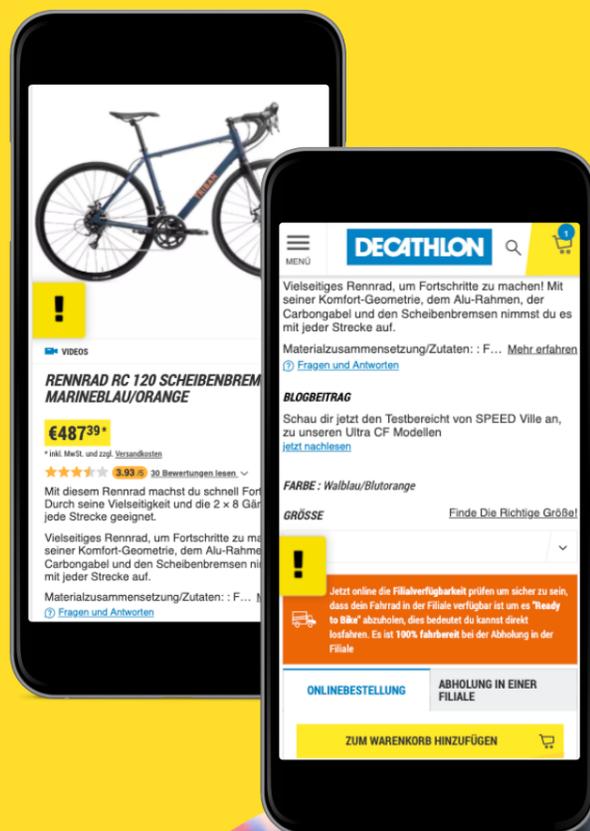
## Un duplice approccio al successo

Le filiali locali migliorano il profilo di DECATHLON e contribuiscono a guadagnare fiducia. Il rivenditore di articoli sportivi lavora secondo un principio omnichannel e desidera offrire ai clienti un'esperienza di acquisto completa.

Ciò include offerte online come il "Clicca e ritira", la visualizzazione delle giacenze del negozio sul sito web e l'opzione di consegnare i resi direttamente in filiale.

*"Il vantaggio che noi, come DECATHLON, riusciamo a garantire rispetto a una semplice piattaforma online consiste nelle filiali e nei servizi che offriamo lì. Ad esempio, una bicicletta ordinata nel negozio online può essere portata in una delle nostre filiali per un controllo dopo i primi mesi."*

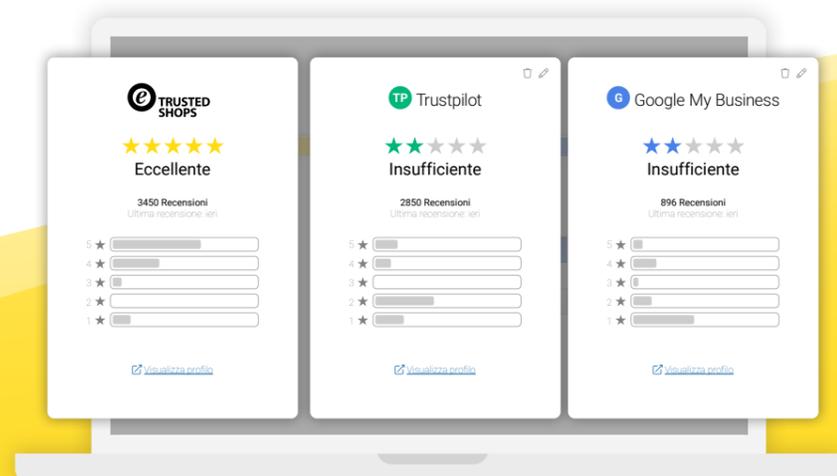
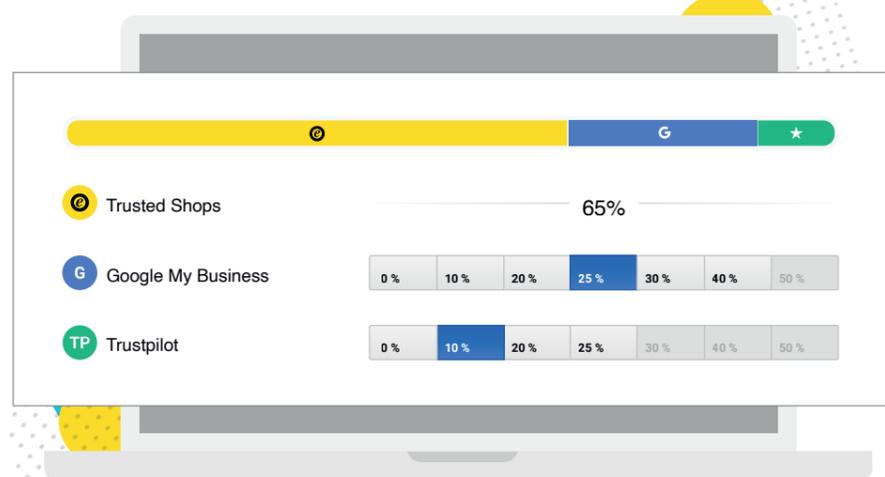
Axel Müller  
E-commerce manager



# Il Reputation Manager: la chiave per una buona valutazione online



Il **Reputation Manager** sviluppato da Trusted Shops è disponibile per tutti gli utenti della piattaforma di valutazione **eTrusted**. Consente ai titolari dei negozi di raccogliere le recensioni per diverse piattaforme, come Trustpilot e Google My Business, tramite un unico strumento. Gli inviti di recensione per i rispettivi fornitori possono essere facilmente impostati e controllati nel centro di controllo.



## Le piattaforme di recensione aperte attirano critiche

Trustpilot e Google offrono delle piattaforme di recensione aperte. Questo significa che chiunque può lasciare una recensione, anche se non si tratta di un cliente che ha concluso un acquisto. L'azienda non può fare nulla per evitarlo.

Il grande svantaggio delle piattaforme di recensione aperte risiede nel fatto che solitamente rappresentano il luogo di ritrovo per i clienti che vogliono dare libero sfogo alla loro rabbia. Per raggiungere i clienti soddisfatti, è necessario raccogliere attivamente recensioni.

1,9  
stelle su 5

## Il voto medio di DECATHLON su Trustpilot era scarso

A fine aprile 2020, la situazione del negozio online di DECATHLON Germania non era affatto buona. C'è da dire che il lockdown dovuto alla pandemia aveva fatto registrare un aumento improvviso degli ordini, così come per molti altri negozi online.

Se avessi cercato "recensioni DECATHLON" su Google, la prima occorrenza sarebbe stato il profilo di Trustpilot con una valutazione complessiva di 1,9 su 5 stelle. Questo corrisponde a "mediocre". Un duro colpo per il personale e comunque la valutazione non corrispondeva affatto alla verità.

4,0  
stelle su 5

## La raccolta delle recensioni ha portato al successo

Il problema è che DECATHLON non ha raccolto attivamente recensioni per il profilo di Trustpilot. Ed è qui che è entrato in gioco il Reputation Manager di Trusted Shops. Grazie a questo strumento, DECATHLON è stato in grado di inviare una parte dei suoi inviti di recensione per la

piattaforma di Trustpilot. E sorpresa: in ottobre 2020, sei mesi più tardi, il punteggio è salito a 4,0 stelle su 5!

## La trasformazione da mediocre a molto buono!

Aprile 2020: 138 recensioni su Trustpilot con una valutazione complessiva di **1,9 (mediocre)**

Ottobre 2020: 635 recensioni su Trustpilot con una valutazione complessiva di **4.0 (molto buono)**



### Decathlon DE

138 recensioni • mediocre



### Decathlon DE

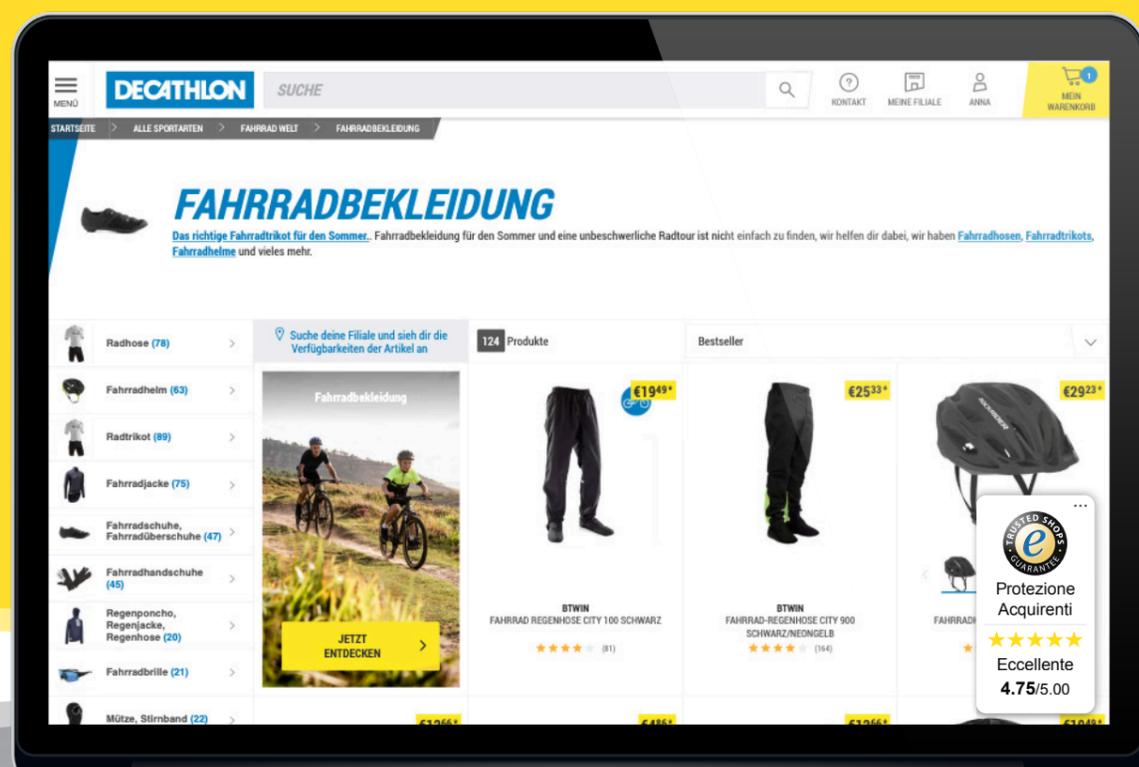
635 recensioni • molto buono



*“Non ci siamo resi conto di quanto fossero visibili le recensioni negative su Trustpilot. Grazie al Reputation Manager siamo riusciti a inoltrare il 10% delle recensioni a Trustpilot. Questo significa che adesso ci sono anche recensioni positive, che poi sono*

*quelle che riceviamo maggiormente dai nostri clienti. Ciò ha migliorato la valutazione complessiva. Se adesso si cerca “recensioni DECATHLON” su Google, si avrà una panoramica più attendibile e non ci sono solo recensioni negative. È stato un vero successo!”*

Axel Müller  
E-commerce manager



*“Controlliamo qualsiasi recensione con una valutazione inferiore a quattro stelle e cerchiamo di offrire una soluzione al cliente.”*

Nadine von Leesen  
dipendente E-commerce



## Le recensioni dei clienti sono un elemento fondamentale per la fiducia



Le recensioni dei clienti giocano un ruolo determinante nella creazione di una buona reputazione digitale. DECATHLON utilizza le recensioni dei clienti di Trusted Shops come un canale di comunicazione con i clienti, per analisi interne e come bacheca per il negozio.

### Una linea diretta con la clientela

DECATHLON utilizza le recensioni dei clienti di Trusted Shops come piattaforma di comunicazione. Le recensioni negative sono una specie di sistema di allerta preventivo che

indica che qualcosa sta andando nella direzione sbagliata. Per questo motivo, il nostro team controlla quotidianamente le recensioni.

Per creare un'immagine realistica, DECATHLON raccoglie costantemente recensioni e non si concentra esclusivamente su periodi specifici. Inoltre, il rivenditore di articoli sportivi non utilizza incentivi per le recensioni (come ad esempio dei buoni sconto) proprio per prevenire manipolazioni e poca trasparenza.

### Aumentare la soddisfazione dei clienti con le recensioni

DECATHLON valuta il feedback dei clienti su base regolare al fine di rivedere eventuali strategie e identificare margini di miglioramento. Il passo successivo consiste nell'eliminare le cause degli errori. Ciò potrebbe richiedere processi di revisione con alcuni partner, come i fornitori.

Sono interessati anche i processi interni all'azienda, come ad esempio le informazioni relative al servizio Clicca e ritira. Spesso, i dipendenti di DECATHLON sono venuti a conoscenza di alcuni dettagli proprio grazie alle recensioni.

La valutazione del negozio online fornisce a DECATHLON un importante indicatore del successo aziendale.

*“Confrontiamo la nostra valutazione complessiva con quelle dei nostri concorrenti. Guardiamo che posizione occupiamo nelle classifiche. Il punteggio di valutazione è un importante indicatore della nostra situazione sul mercato e di quella dei nostri concorrenti.”* Axel Müller

### Mettere in mostra la reputazione

All'interno del Trustbadge, DECATHLON mostra la valutazione complessiva e il Sigillo di Qualità di Trusted Shops sulla pagina principale del suo negozio.

Con soli pochi clic, i clienti possono accedere al profilo delle recensioni e a tutte le sue recensioni. Grazie alla valutazione complessiva “eccellente”, il Trustbadge dà un notevole contributo all'elevato tasso di conversione del negozio online.

## Trusted Shops è sinonimo di fiducia nell'e-Commerce

Con un'esperienza di oltre 20 anni e più di 30.000 negozi online certificati in tutta Europa, Trusted Shops è il marchio di fiducia più diffuso nel panorama e-Commerce.

Tramite il sigillo Trusted Shops i negozi online comprovano di soddisfare rigorosi criteri di qualità, maggiori dei propri obblighi legali.

Tra essi vi sono, ad esempio, il trattamento responsabile dei dati sensibili e un servizio di assistenza clienti affidabile. Inoltre, la Protezione Acquirenti di Trusted Shops consente di effettuare acquisti online senza esporsi ad alcun rischio finanziario, e il sistema di raccolta delle recensioni dei clienti chiuso garantisce la massima trasparenza.



Protezione  
Acquirenti



Eccellente

**4.75/5.00**

# Trusted Shops è sinonimo di fiducia nell'e-Commerce



Hai ulteriori domande sulle soluzioni  
di fiducia di Trusted Shops?  
Il nostro team sarà felice di aiutarti.

**029 47 54 58 6**

[Contattaci](#)