

La estrategia de Unieuro para atraer a nuevos clientes y aumentar la conversión con los pagos aplazados de PayPal.

Unieuro S.P.A. es un distribuidor de electrónica de consumo y electrodomésticos líder en su sector.¹ Cuenta con más de 500 tiendas y una sólida presencia online. Además, se caracteriza por ofrecer una experiencia de compra rápida y sencilla, tanto en persona como online.

Entre los factores por los que destaca Unieuro encontramos su intuitiva experiencia de compra online desde el móvil. La marca Unieuro se volvió a lanzar en 2014 cuidando hasta el más mínimo detalle. El distribuidor de productos electrónicos diseñó su sitio web teniendo en cuenta las necesidades de sus

clientes, que saben de tecnología y prefieren hacer las cosas desde el móvil. Desarrollar una experiencia de comercio electrónico de calidad ha sido una prioridad constante para la empresa omnicanal.

Nos hemos sentado con algunos miembros principales del equipo de comercio electrónico de Unieuro: Filippo Caselli, director de comercio electrónico, y Elena Brandolini y Chiara Gastone, ambas especialistas en marketing digital, para ver cómo las soluciones de pago de PayPal les han ayudado a adaptarse a las demandas actuales del mercado en Italia.

¹Datos de Unieuro (8 de noviembre de 2022). <https://unieurospa.com/en/company-profile/>.



El reto.

Como líder en el competitivo mercado de la electrónica de consumo, Unieuro quería ampliar su base demográfica de clientes. Teniendo en cuenta que más del 80 % de sus transacciones online se hacen a través de dispositivos móviles,² la experiencia móvil tenía que ser impecable. “No se trata de que el móvil sea lo primero, sino de que el escritorio sea lo último”, afirma Caselli.

El equipo se esmeró en diseñar una experiencia de cliente que permitiera a los consumidores encontrar y comprar productos electrónicos de forma ágil y sencilla con solo unos clics. También era importante ofrecer opciones de pago flexibles a los clientes, garantizando al mismo tiempo un proceso de pago rápido y cómodo.

Unieuro vio una oportunidad para aumentar las conversiones ofreciendo formas de pago flexibles, pero querían una marca de confianza que encajara a la perfección en su experiencia de pago móvil. Para aumentar la capacidad de gasto de los clientes y a la vez mantener la rentabilidad de su cuenta de resultados, recurrieron a PayPal.

— “ —

Paga in 3 rate de PayPal ha superado nuestras expectativas, ha aumentado nuestra tasa de conversión y el valor medio de los pedidos, además de permitirnos llegar a un grupo demográfico más joven. Nuestros clientes han tenido a su disposición una forma flexible de pagar con una marca global y de confianza.

Enzo Panetta

Director de marketing digital e innovación, Unieuro

— ” —



La solución.

Unieuro comprobó los beneficios inmediatos de Paga in 3 rate en Italia (Paga en 3 plazos), que permite a los clientes pagar en tres plazos.³ Los consumidores italianos pueden pagar las compras que cumplan los requisitos (de entre 30 € y 2000 €) en tres plazos iguales, sin intereses ni comisiones por demora. PayPal cuenta con 8,7 millones de clientes activos en Italia,⁴ lo que hace que sea más fácil que nunca impulsar la conversión, los ingresos y la fidelización, con una sola integración y sin costes adicionales.

“Uno de nuestros objetivos era llegar a un público más joven⁵ —explica Caselli—. Queríamos darles más libertad como clientes, así como una mayor variedad de opciones”.

El equipo, después de comprobar que los compradores más jóvenes adoptaban los pagos aplazados por su facilidad de uso y por su ausencia de intereses y comisiones de demora, manifestó su entusiasmo por la idoneidad de Paga in 3 rate a la hora de ofrecer flexibilidad de pago a sus clientes. Tenían motivos para confiar en PayPal: el 80 % de los usuarios mileniales y de la generación Z en Italia consideran que PayPal es la marca más fiable para proteger sus datos financieros.⁶

Por último, sabían que ofrecer a sus clientes la posibilidad de pagar a plazos ayudaría a aumentar las conversiones, un indicador de vital importancia con los escasos márgenes que ofrece la electrónica de consumo.

² Datos de Unieuro, 2022.

³ 0 % APR. Sujeto a la aprobación de PayPal y a condiciones. Visita: paypal.it/pagain3rate. Un crédito es un compromiso vinculante que debe ser devuelto. Asegúrate de que puedes devolverlo antes de comprometerte.

⁴ Datos internos de PayPal, julio de 2021.

⁵ Paga in 3 rate está disponible únicamente para los mayores de 18 años residentes en Italia.

⁶ Estudio online encargado por PayPal y realizado por TRC en octubre de 2021, en el que participaron 1000 consumidores de Italia mayores de 18 años (entre los usuarios de los pagos aplazados, n=361).



Los resultados.

El interés de Unieuro por satisfacer las necesidades de los clientes y su capacidad a la hora de adoptar rápidamente nuevas formas de pago han dado como resultado unas perspectivas alentadoras para la empresa italiana. Ofrecer distintas opciones, como Paga in 3 rate, fue importante para consolidar la posición de liderazgo de la empresa. De hecho, el 70 % de los clientes de Paga in 3 rate son nuevos clientes de Unieuro.⁷

Paga in 3 rate también ayudó a Unieuro a alcanzar un objetivo estratégico clave. “Una parte fundamental de nuestra estrategia radica en aumentar el valor medio de los pedidos (AOV) y Paga in 3 rate nos ha ayudado a conseguirlo. El aumento de nuestro AOV fue la métrica más sorprendente con Paga in 3 rate, especialmente cuando integramos banners dinámicos”, señala Caselli. A los seis meses de la implantación, el AOV de Unieuro había aumentado un 55 %, ⁷ unas ganancias fundamentales para mantener los márgenes.

La facilidad de integración permitió asimismo un valioso ahorro de tiempo. “PayPal facilita a las empresas la integración de los pagos en un sistema —afirma Caselli—. Y adoptar esa experiencia de pago también es fácil para el cliente”.

“Con Paga in 3 rate, ayudamos a que los clientes puedan comprar lo que quieren cuando lo quieren. Pueden adquirirlo en el momento y pagarlo más tarde, sin intereses ni comisiones por demora. Es algo que no se puede dar por sentado y que agradecemos”, indica Gastone.



Caselli cree que el reconocimiento de la marca PayPal ayuda a Unieuro a ganarse aún más la confianza de sus clientes. “PayPal es uno de los actores más importantes en el ámbito de los pagos online —indica Caselli—. Ofrece una gran experiencia a los usuarios y, en lo que se refiere a nosotros, se integra fácilmente en el ecosistema digital”.

Con Paga in 3 rate de PayPal, Unieuro puede seguir aumentando su cobertura demográfica, aprovechando la innovación en los pagos para aumentar la capacidad de gasto. Este todoterreno de la electrónica omnicanal seguirá satisfaciendo las necesidades actuales de los clientes con las soluciones tecnológicas del mañana.

MÉTRICAS DE ÉXITO

70 %

de las ventas con pagos aplazados de nuevos clientes.⁷

55 %

mayor AOV con pagos aplazados que sin ellos.⁷

27 %

de las ventas con PayPal son con pagos aplazados.⁷

⁷Datos de PayPal entre abril y octubre de 2022. Se consideran nuevos clientes aquellos que no habían comprado en Unieuro a lo largo de los 18 meses anteriores. Es posible que estos resultados no sean representativos y que varíen considerablemente según el negocio. Este contenido tiene únicamente fines informativos. Se recomienda recabar asesoramiento empresarial, fiscal, financiero y legal independiente antes de tomar cualquier decisión empresarial.