

## **Comportamientos del cliente en el on-line en el sector de los recambios Fersay**

**La compañía, que acaba de celebrar su 40 aniversario, se posiciona como la cadena líder en su sector, con una red de 19 franquicias y más de 40 córners en nuestro país**

La página web de fersay.com se ha convertido en un referente en el sector de los recambios llegando a registrar mas de 10.000 usuarios diarios de media en este 2019.

En ella entran cada día clientes profesionales, particulares, aseguradoras, peritos, grandes superficies, etc. El interés de la firma por recolectar todos esos datos para estudiar el comportamiento del cliente, cobra cada vez más importancia en su mundo on-line. La web que alberga el sistema B2B Y B2C, compara los distintos tipos de usuarios y sus comportamientos para marcar las estrategias de los próximos años en el canal on-line y dar soporte al canal of-line.

“La página web es B2B Y B2C y esto te permite hacer comparativas de búsqueda y de compra muy interesantes, encontrar vínculos entre los dos tipos de consumidores es muy enriquecedor y te crea una infinidad de oportunidades en cuanto a planes estratégicos de marketing” afirma Noelia Carrasco, directora de Marketing de la firma.

Segmentando como familias mas demandadas por el cliente final se encontrarían en orden de importancia los repuestos para lavadora, frigorífico y Pae. Mientras que segmentando por cliente profesional se encontrarían recambios para lavadora, vitrocerámica, lavavajillas y el frigorífico quedaría en un cuarto lugar. Los recambios de PAE en el cliente profesional se diversificarían mucho dependiendo de la marca.

Este tipo de análisis ayuda a Fersay a profundizar en el conocimiento de sus clientes y ofrecerles las soluciones que necesitan. Les permite, por tanto, personalizar al máximo la propuesta de valor al cliente y convertir la experiencia de compra en fersay.com en un proceso único y beneficioso para los usuarios online. Prueba de ello es que la puntuación de fersay.com en Trusted Shop de un 4,8 sobre 5, algo de lo que pocas empresas en el sector pueden presumir y de lo que están muy orgullosos.

En cuanto a distribución geográfica, son los clientes de las Comunidades Autónomas de Madrid, Andalucía, Cataluña y Valencia los que más compran en fersay.com.

La gran heterogeneidad de la tipología de clientes que compran en fersay.com es una señal de que han roto la barrera del cliente profesional y han llegado al cliente final, lo que demuestra que la apuesta por seguir una estrategia de branding y conocimiento de marca está dando sus frutos tras meses de esfuerzo, trabajo e inversión económica y humana.

El enfoque “consumer-centric” permite ver que cada usuario que entra en fersay.com es único. Lo importante es que el equipo que hay detrás para satisfacer al cliente esté enfocado al 100% al servicio y que encuentre la solución que necesita cuando entra en la página.

**Datos de contacto:**

Pura de Rojas  
ALLEGRA COMUNICACION  
91 434 82 29

Nota de prensa publicada en: [España](#)

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>