

POINT DE VUE : Bazaarvoice

Laissez vos clients interagir pour améliorer l'attractivité de votre site !

A l'heure où 62% des consommateurs consultent les avis des internautes avant d'effectuer un achat (sur internet ou non) et où 78% des internautes font davantage confiance à ces avis qu'aux discours des marques, Bazaarvoice peut vous aider à optimiser le référencement naturel de votre site.*

Leader sur le marché des technologies et des applications de commerce social, Bazaarvoice propose ainsi aux sites marchands des solutions offrant aux clients la possibilité d'évaluer les produits et de donner leur avis.

Les solutions Bazaarvoice c'est :

- **La stimulation des e-consommateurs** évaluation sur les produits achetés
- **Un moyen de faire interagir les internautes** : partage des témoignages grâce à l'offre Raftings and Reviews
- **Un meilleur référencement naturel** : augmente le panier moyen et le taux de conversion.

Et si les clients laissent des avis négatifs ?

« Il arrive effectivement que des clients ne soient pas satisfaits par un produit ou un service. Il est toutefois important de laisser ces avis sur le site car d'une part ils permettent de guider les autres consommateurs dans leur acte d'achat mais surtout, ils crédibilisent les avis positifs ! Il existe tout de même un système de filtre qui élimine les avis contenant des mots clés interdits. » **explique Kamal Kirpalani, Directeur International de Bazaarvoice**

* Selon une étude de la FEDAV – juin 2009

Nous vous proposons un rendez-vous avec Kamal Kirpalani, Directeur International de Bazaarvoice.

À propos de Bazaarvoice

Les solutions SaaS (Software-as-a-Service) de Bazaarvoice ont fourni à plus de 750 sites Web de marques comme La Fnac, MistergoodDeal.com, Cdiscount, les 3 Suisses et Castorama, dans 36 pays, plus de 95 milliards de retours clients.

Les produits Bazaarvoice - Ratings & Reviews™, Ask & Answer™ and Stories™ - sont des solutions et des services de commerce social qui permettent de stimuler les ventes. Elles permettent aux clients d'évaluer les produits, de poser des questions et de recevoir des réponses, de partager des témoignages en ligne; d'améliorer et d'enrichir le processus

d'achat sur internet.

Les avantages pour le e-commerçant sont la parfaite appropriation du contenu, le plateau personnalisable, l'optimisation du référencement naturel, les analyses et la syndication des contenus sur internet. Les entreprises peuvent aussi tirer parti des contenus générés en ligne.

Créé en 2005, le siège de Bazaarvoice se trouve à Austin, la société dispose également d'agences à Londres, Paris, Düsseldorf, Amsterdam, Stockholm, Sydney et Singapour.

Pour obtenir de plus amples informations et lire les « success stories » des clients, rendez-vous sur le site www.bazaarvoice.com, le blog <http://www.bazaarvoice.com/blog/> ou aller sur Twitter à l'adresse www.twitter.com/bazaarvoice