GIRONA NOTICIES.COM
+ Periodisme

¿Qué opinan de Lyconet los comercios?

Comunicados | 24/03/2022 | 00:00

Empresas tan importantes como Ikea, Carrefour, el Corte Inglés o Lidl ya han apostado por el cashback y forman parte de la plataforma de Myworld

/COMUNICAE/

Empresas tan importantes como Ikea, Carrefour, el Corte Inglés o Lidl ya han apostado por el cashback y forman parte de la plataforma de Myworld

El cashback ha llegado a España para quedarse. Aunque en un principio tenía mayor acogida en el mercado anglosajón, en los últimos años, son muchos los que afectados por la fiebre del cashback han conseguido ahorrar a fin de mes sin tener que reducir su consumo.

Los máximos exponentes de esta estrategia comercial son Lyconet (antes llamado Lyoness) y Myworld, una compañía internacional que lleva desde el 2003 operando. Desde entonces se han suscitado muchas polémicas, pero lo cierto es que poco a poco se han metido en el bolsillo al consumidor como se puede ver en Rankia, uno de los foros de consumo con mayor popularidad.

Ante este panorama, cabe preguntarse qué opinan los comercios sobre el cashback y en qué medida les beneficia. Lo cierto es que más de 150.000 establecimientos forman parte de la plataforma de Myworld , donde el usuario puede comprar y obtener importantes descuentos en sus pedidos.

Ventajas del cashback para los comercios

Lo cierto es que cuando hay una tendencia los comercios lo saben y le dan al usuario lo que demanda. Por esta razón, son muchos los grandes establecimientos que no quieren quedarse atrás y ya exponen en la web de Myworld importantes ofertas que aumentan sus beneficios mes a mes.

Empresas tan importantes como Ikea, Carrefour, el Corte Inglés o Lidl ya han apostado por el cashback y forman parte de la plataforma de Myworld.

Aunque son empresas que no necesitan darse a conocer, no atender a demanda del usuario nunca es buena idea. De tal forma que, apostar por el cashback, les ayuda a fidelizar a sus clientes en estos tiempos en los que el comercio electrónico ha impulsado una feroz competencia.

Pero no solo las grandes empresas forman parte de la plataforma de Myworld. De hecho, cada vez son más los pequeños comercios que quieren ofrecer a sus clientes la posibilidad de ahorrar todos los meses.

De igual manera que las empresas de mayor tamaño, lo que se consigue es fidelizar al cliente además de darse a conocer y potenciar sus ventas online a través de la app de Myworld.

Ofrecer un valor adicional, que se adapte a las nuevas tecnologías y que haga más fácil la vida a los usuarios, es el motor que impulsa a las compañías a apostar por Lyconet y Myworld . En esta línea, las opiniones de los comercios son muy favorables ya que los afiliados les ayudan y les dan todas las herramientas necesarias para impulsar su negocio con el cashback.

¿Cuál es el crecimiento del cashback en Europa?

Como se ha podido observar, el crecimiento de las opiniones favorables a Lyconet y el sistema de cashback es imparable. De hecho, el 2020, además de traer de la mano una pandemia, ofreció un dato sorprendente sobre el cashback y es que, según un estudio del Banco Central Europeo, el 2 % del total del dinero en efectivo de la Eurozona proviene del caskback.

Unas cifras alentadoras que ponen en relieve que muchas personas han superado sus prejuicios y han aprendido a ahorrar con lo que el cashback les ofrece.

Fuente Comunicae

Autor: Redacció

https://gironanoticies.com/comunicado/170148-que-opinan-de-lyconet-los-comercios.htm