

# Las opiniones y su papel en el mercado digital: He aquí por qué son cruciales

Noticias 24hs | 25-01-2024 | 12:13



## Mercado digital

¿El objetivo de las empresas? Tener una buena reputación online

¿Qué dicen las opiniones? Todo el mundo, al menos una vez en la vida, se ha hecho esta pregunta antes de comprar un producto online o contratar un servicio a un profesional. Con la llegada de lo digital, una buena reputación online se ha convertido en algo crucial para empresas o profesionales.

Los nostálgicos dirán que antes la gente vivía muy bien sin internet y seguía comprando sin reseñas. Sin embargo, si lo pensamos bien, las "reseñas" siempre han existido y no son más que el famoso y viejo boca a boca. Pedir consejo a alguien que ya tiene experiencia es algo natural: confiar en otras personas es un mecanismo innato del ser humano. Lo hacemos cuando estamos heridos y necesitamos ayuda, lo hacemos cuando comemos un plato por primera vez y lo hacemos cuando compramos.

En España, el 90% de los consumidores compra después de haber sido influenciados por reseñas dejadas por clientes en páginas de marcas o mercados, el 77% de los usuarios lee entre tres y cuatro opiniones antes de comprar, fiándose más de lo que dicen los influencers.

Por eso, la mayoría de las empresas tienen hoy una sección de reseñas en su web o red social, sobre todo si son marcas que venden online (el 20% del mercado total en España son ventas de comercio electrónico).

Pero, más allá de las opciones corporativas, los buscadores y sitios dedicados precisamente a las opiniones de los consumidores, son los que dan la oportunidad de reseñar el servicio de un profesional o un producto. Por ejemplo, Google: a través del servicio Google My Business,

cualquiera puede reseñar a una empresa o a un individual, haciendo una contribución gratuita e inmediata.

Lo mismo ocurre con los restaurantes. En el año 2000, Stephen Kaufer tuvo una idea brillante: crear un espacio donde todo el mundo pudiera escribir su opinión sobre restaurantes, hoteles, etc. ¡Esto fue, por supuesto, TripAdvisor! Todo el mundo ha utilizado la plataforma al menos una vez en su vida. De hecho, casi 25 años después, cuando buscas en el buscador un restaurante, por ejemplo, la primera página disponible es precisamente la de TripAdvisor.

Una plataforma similar nació hace 10 años incluso para revisar la labor de las escorts: los hombres españoles, antes de concertar una cita con una trabajadora de sexo, leen las opiniones en Escort Advisor, el primer buscador de escorts con opiniones reales de Europa. Funciona de la misma manera que los dos gigantes mencionados: los usuarios eligen un servicio basándose en las experiencias de otros. Buscan el perfil de la escort que podría satisfacer sus necesidades, leen las reseñas y, si les convence, la llaman.

Otra empresa internacional digna de mención que basa sus ventas en las reseñas es Amazon: cuantas más reseñas positivas tiene un producto, más probabilidades tiene de ser comprado. A través de la plataforma, también se pueden hacer preguntas sobre el producto que pueden ser respondidas directamente por la persona que lo compró.

En definitiva, las opiniones juegan un papel importante en el mercado digital porque sirven para incentivar la compra, orientar a otros consumidores o resolver dudas a través de fotografías reales de los productos.

Autor: Redacción