



industrial
marketing
center

SARETEKNIKA

Caso de éxito



Sareteknika es una cooperativa que ofrece servicios integrales de posventa de electrodomésticos, calefacción y climatización a nivel nacional. Una empresa con sede central en Mondragón, almacén logístico en Etxebarri y cobertura nacional a través de la Red Sareteknika.

La empresa ofrece servicios globales a los fabricantes como servicio técnico oficial. Actualmente trabajan para marcas como Fagor, Edesa, Aspes, Thermor, o Amica, entre otras.

Retos digitales

La contratación de servicios de reparación de electrodomésticos, en muchos casos, se realiza de una forma impulsiva. Se me estropea la lavadora y busco en internet el servicio técnico para que me la repare.

Sareteknika nace como servicio técnico oficial Fagor para ir adquiriendo en el mercado una mayor cartera de clientes. También incorpora nuevas marcas que se quieren implantar en el mercado nacional y no tienen servicio técnico. Incluso marcas que ya están en el mercado desde hace tiempo pero que buscan un partner que le aporte un servicio global. En estos casos, Sareteknika tienen una propuesta de valor diferenciadora. Con este contexto, los retos digitales que se presentan en Sareteknika son los siguientes:

1 Presencia digital

Sareteknika era una empresa transparente en su implantación digital. Al realizar una actividad específica para las marcas, su presencia digital estaba vinculada a las marcas. No tenía presencia digital propia como Sareteknika.

Por ello, el primer reto se centraba en conseguir visibilidad para Sareteknika, como servicio técnico oficial de las marcas, pero con identidad propia.

Para ello, se trabajó en una estructura web en la que pudiésemos potenciar las búsquedas por palabras clave vinculadas a las marcas de los fabricantes, pero a través del dominio de Sareteknika.

Para conseguir este objetivo se trabajó toda la migración de dominios existentes hasta ese momento y así convertir todo el trabajo realizado anteriormente en visibilidad para la empresa.

2 Posicionamiento web

Sareteknika en su evolución ha ido captando nuevos clientes en el sector. Clientes que suponían un nuevo reto en el posicionamiento web.

Una nueva marca en el catálogo de la empresa, representa un nuevo reto de posicionamiento como servicio técnico oficial de la misma.

Un trabajo que se realiza a través de páginas de aterrizaje (landings pages) enriquecidas con contenido específico orientado a posicionar el mayor número de palabras clave vinculadas a cada nueva marca. Y a cada ubicación geográfica.



3 Campañas digitales

Otros retos a los que nos enfrentamos es en la captación de negocio específico a través de campañas digitales. Más allá del posicionamiento en buscadores, estamos realizando campañas específicas por marcas para conseguir conversión directa. Donde el ROI es fácil de medir a través de una estructura de control vinculada a nuestro contact center.

4 Datos

Teníamos que medir todo lo que ocurría en el canal digital para saber qué estaba pasando y qué había pasado y para saber si las acciones que emprendíamos daban resultados. Hemos puesto en marcha la analítica web y hemos puesto los datos al servicio del cliente. Se ha configurado un cuadro de mandos (dashboard) con Google Data Studio para poder tomar decisiones conjuntamente.

5 Competencia

Investigación de la competencia: Sareteknika líder en el mercado de la reparación de electrodomésticos tiene en el canal digital muchos competidores. Se ha hecho una labor de detección en el sector mediante benchmarking competitivo.

6 Conversión

Captar negocio buscando la conversión. Necesitábamos además adaptar nuestras landings (páginas de aterrizaje) con teléfonos y formularios que tradujeran las visitas en clientes. Había que crear un nuevo canal de escucha y ofrecer un servicio de atención eficaz.

7 Posicionamiento web

Combatir a los suplantadores: Sareteknika es el único servicio oficial en España para las marcas que representa: Fagor, Edesa, Aspes, Thermor, ... Aun así, multitud de empresas utilizan las marcas de forma fraudulenta para suplantar la identidad del servicio técnico oficial. Este hecho conlleva, además de pérdida de negocio directa, pérdida de credibilidad, descrédito e insatisfacción en los clientes. Estamos poniendo acciones en marcha con el servicio jurídico de la organización.

Solución aportada



Servicio Visibilidad y posicionamiento SEO



Campañas anuncios



Analítica web. Realización de Dashboard



Keyword research



Captación de clientes vía formularios y llamadas vía web



Rediseño web



Migración y fusión de varias webs de marcas en un solo dominio

Beneficios obtenidos

2020 vs 2019
Aumento del tráfico orgánico +104%
 de incremento en el primer semestre (estimado)

2019 vs 2018
Aumento del tráfico orgánico +111,72%
 de incremento

Actualmente tenemos **1.235 palabras clave** objetivo posicionadas (kw)

Posiciones de Keywords monitorizadas interesantes para negocio de Sareteknika

2018 TOP 1-3 12 kw	2018 TOP 4-10 12 kw	2018 TOP 11-50 21 kw
2019 TOP 1-3 388 kw	2019 TOP 4-10 166 kw	2019 TOP 11-50 172 kw
2020 TOP 1-3 395 kw	2020 TOP 4-10 158 kw	2020 TOP 11-50 173 kw

Total Keywords indexadas globales

(monitorizadas + descubiertas) genéricas + de marca

TOP 1-3	TOP 4-10	TOP 11-50	TOTAL
294 kw	180 kw	786 kw	1260 kw

posicionadas frente a la competencia

* El año actualmente no ha acabado.

** Hay trasvases de número de keywords entre segmentos.

Claves del éxito

