

Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por Gela - 03/05/2012 11:02

Buenos días ahorradores:

Me acabo de enterar a través de las redes sociales que el próximo lunes, día 7 de mayo de 2012, el portal de compras www.duyudu.com lanzará un Especial Venta Flash de muy corta duración, con ofertas muy atractivas para nuestros bolsillos, sobre todo en tiempos de crisis.

Así que nada, permaneced atentos a su web el lunes 7 y disfrutad de los descuentos...

Mientras podeis echar un vistazo a sus ofertas para el Día de la Madre, que están vigentes actualmente en su web. Yo ya he comprado un par de veces en la web y la verdad, que muy bien la experiencia...

Un saludo!

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por andreseljedi - 04/05/2012 00:31

Muchas gracias Gela, supongo que te habrás ganado el jornal, como buena comercial de www.duyudu.com, siende este tu primer post, :P

Pero como este es un foro de ahorrador, esperamos a ver si el lunes es tan bueno como lo pintas. ;)

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por Serdio - 04/05/2012 09:23

Esto no deja de ser lo mismo que letsbonus, groupalia, groupon ... Pero bueno, siempre está bien tener otros sitios para contrastar. Por lo que he visto usan protocolo seguro y posibilidad de uso de PayPal, lo cual por ahora hace que no lo ponga muchas pegas (otra cosa es hablar de los tipos de letra y el diseño web).

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por ismaac - 04/05/2012 10:45

Pues nada otras de las muchas webs estilo groupalia. Cada mañana entre este tiempo de planes de ahorro y tiendas de outlet se me peta el correo.

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por ffernando - 04/05/2012 10:47

bueno, pues otra pagina mas para ahorrar pero como vamos a gastar si no tenemos un euro que gastar, tiempos mejores vendrán

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por euro_sport - 04/05/2012 11:08

A mí estas páginas me empiezan a cansar, de sólo tener que limpiar mi mail cada mañana de todas estas páginas me entran ganas de borrarlas de todas.

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por ismaac - 05/05/2012 15:53

euro_sport escribió:

A mí estas páginas me empiezan a cansar, de sólo tener que limpiar mi mail cada mañana de todas estas páginas me entran ganas de borrarlas de todas.

Ya jaja eso pasa mucho. Por ahora voy mirando lo que me va interesando y pasando un tiempo empiezo a dar de baja las tiendas en las que creo que no entraré para ir quitandome tanto correo todos los días que no sirve para absolutamente nada.

=====

Re: Ahorra comprando en www.duyudu.com

Escrito por Victor Caneiro - 10/05/2012 18:47

Hola a todos los foreros y ahorristas.
Soy Victor Caneiro, del equipo de duyudu.com.

Efectivamente, como bien comentan euro_sport e ismaac, cada día recibimos más mensajes en nuestro buzón de correo. Por supuesto, yo mismo, como creo que la mayoría de los usuarios de internet, hemos de tratar de convivir con algunos de los inconvenientes que, entre muchas ventajas, supone la red de redes.

Sin embargo, con vuestro permiso, os voy a explicar una de las diferencias que tenemos con otras webs en este sentido. La ventaja de salir al mercado más tarde que nuestras semejantes, es que podemos aprender de sus errores para tratar de evitarlos. Por eso decimos, cuando hablamos de [duyudu](http://duyudu.com), que presenta innovaciones al modelo de negocio.

Una de estas innovaciones es precisamente tratar de evitar o, al menos, reducir en la medida de lo posible, las molestias que pueda suponer el envío de los newsletters. Para ello, hemos tomado varias medidas.

La primera de ellas es establecer dos figuras de usuarios: el de suscriptor, y el de usuario registrado. Ambas son figuras voluntarias; es decir, nadie está obligado a facilitar datos para ver nuestras ofertas, como sí ocurre en determinados outlets, por ejemplo.

El suscriptor nos facilita su email y la provincia de la que le interesa que le enviemos ofertas.

El usuario registrado nos facilita más datos en el registro. Esto le da acceso a un panel (extranet). En dicho panel le sugerimos que ajuste sus preferencias. Entre ellas, el usuario puede seleccionar en qué tipo de ofertas está interesado, de qué grupo, de qué provincia/s... También puede configurar el envío: puede pedir que no le enviemos avisos de caducidad, avisos al móvil e incluso que no le enviemos ningún newsletter de ofertas.

Teniendo en cuenta esto, la aplicación que hemos desarrollado analiza los perfiles de cada usuario registrado y personaliza de forma individual cada newsletter de ofertas que se envía. Esta verificación la hace en cada envío.

Periódicamente, enviamos un mail a los suscriptores invitándoles a que se conviertan en usuarios registrados para que puedan aprovechar todas las ventajas de la personalización.

Por supuesto, hay usuarios que hacen uso de estas opciones y otros que no. Por supuesto, cada cual está en su derecho. Nosotros simplemente ponemos las herramientas.

Otra de las herramientas, a las que además obliga la legislación española, es la posibilidad de dar de baja el registro en cualquiera de los dos perfiles de usuario. Y esta posibilidad la hacemos de forma fácil y rápida, sin más burocracia que enviarnos un email. El registro es borrado de inmediato.

Y otra de las medidas, y ya abrevio, es espaciar más las ofertas, aún a sabiendas de que nos perjudica en ventas al no usar la "venta por impulso". Es decir, en lugar de publicar ofertas diariamente, solemos publicarlas cada 3,4 o 5 días. Si una campaña sale dos o tres días a continuación de la anterior, procuramos que la siguiente salga 5 días más tarde, para que nuestro newsletter no "bombardee" diariamente el correo de nuestros usuarios.

Desde luego, no somos perfectos, ni nos aproximamos, pero sí tenemos claro que, dentro de la lógica comercial de tratar de vender y hacer rentable una empresa, intentamos hacerlo lo mejor posible.

Quiero pedir disculpas por la extensión, pero me parece importante explicar estas diferencias. Gracias por permitirme dar explicaciones, y enhorabuena por el foro.

=====