

Fidelización de Clientes.



Herramientas de fidelización de Clientes.

Introducción

Desarrollar un Programa de Fidelización puede significar retener y fidelizar a los mejores clientes o por contra, perderlos por no poseer una buena estrategia definida a corto y largo plazo.



Herramientas de fidelización de Clientes.

Introducción

Hasta hace poco todos eran offline, poseían catálogos impresos y los regalos eran invariantes y poco específicos a las necesidades de los usuarios.



Herramientas de fidelización de Clientes.

Introducción

Todo cambia gracias al uso de la tecnología, de internet y de los nuevos canales.

El usuario recibe recompensa inmediatamente.

El proceso de registro es automático, disminuyen costes de mantenimiento.

Reconocimiento del perfil de cliente.



Herramientas de fidelización de Clientes.

Diferentes tipos de programas

Basado en puntos.

En descuentos.

En sorteos.

En incentivos.

...



Herramientas de fidelización de Clientes.

Objetivos

Conseguir sensación de comunidad en nuestros clientes.

Aumento la satisfacción.

Fomento del boca-boca.

Incremento de ventas.



Herramientas de fidelización.



Clubs y tarjeta cliente.

Objetivo: aumentar tráfico y frecuencia de compra.
Cupones impresos, sms....
Descuentos, promociones.
Resultados inmediatos
Aumento de compromiso.
Publicidad dirigida.

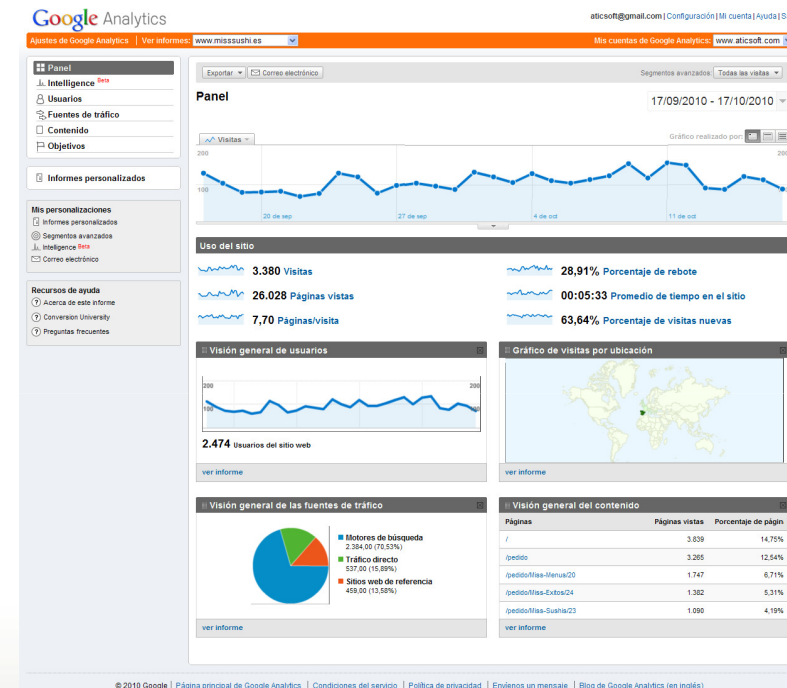


Análisis de usos y tendencias.

Analítica web.

Google Analytics nos permite recuperar información sobre:

- ... número de visitas.
- ... ubicación.
- ... páginas visitadas.
- ... fuentes de tráfico.
- ... zonas de acción.
- ... idiomas.
- ... etc...



Herramientas de fidelización.

CRM.

Customer Relationship Management

- Gestiona la información del cliente.
- Basados en actividades.
- Reportan cualquier acción.
- Analítica de acciones / resultados.

The screenshot displays the SUGARCRM web interface. At the top, there's a navigation bar with tabs for Home, My Portal, Calendar, Activities, Contacts, Accounts, Leads, Opportunities, Quotes, Products, Cases, and Bug Tracker. Below this, there are several main sections:

- My Upcoming Appointments:** A table listing appointments with columns for Close, Subject, Date, and Accept?.
- My Top Open Opportunities:** A table listing opportunities with columns for Opportunity, Account Name, Amount, and Close.
- My Open Cases:** A table listing open cases with columns for Case Name, Subject, Account Name, Priority, and Status.
- My Leads:** A table listing leads with columns for Name and Date Created.
- My Pipeline:** A bar chart showing the pipeline total and various stages like Prospecting, Qualification, Needs Analysis, Value Proposition, etc.



Herramientas de fidelización.

Extranet de clientes.

Hacer partícipes a nuestros clientes en el negocio.

Dotarle de información útil.

Crear un canal de soporte continuo.



Herramientas de fidelización.

Movilidad.

Aplicaciones específicas para clientes.

Un nuevo canal de comunicación.

Ventaja de la exclusividad.

Branding.



Herramientas de fidelización.

Redes sociales. Fidelizando al Fan.

Aplicaciones de usuario.

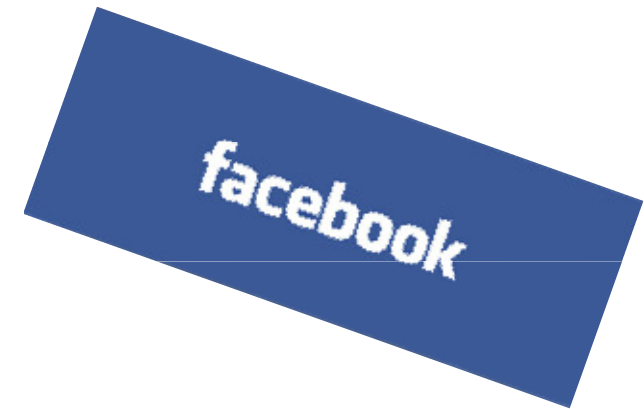
Fidelizamos al usuario y a sus amigos.

El canal mejora el conocimiento del usuario.

¿Qué espera el usuario? ¿Qué le damos?

Utilizando Redes Sociales para fidelizar al cliente tradicional.

Inducción al Social Media.



Herramientas de fidelización.

CRM.

El activo más importante de una empresa es precisamente la **base de clientes** que esta tenga, así como la **información** contenida sobre **sus necesidades**.

ENFOQUE AL CLIENTE

INTELIGENCIA DE CLIENTE

INTERACTIVIDAD

FIDELIZACIÓN DE CLIENTES

CLIENTES INDIVIDUALES

PERSONALIZACIÓN

MEDIANO Y LARGO PLAZO



Herramientas de fidelización.

CRM.

CRM Estratégico

CRM Operativo

CRM Analítico

CRM Colaborativo

CRM Marketing

CRM Ventas

CRM Servicios

CRM Investigación
de Mercados

CRM Social



Herramientas de fidelización.

CRM.

Factores claves para tener éxito



Herramientas de fidelización.

CRM.

Beneficios

La mejora de la **eficiencia de los procesos de relación con los clientes** de la empresa, tanto los ya existentes como aquellos susceptibles de serlo en el futuro (clientes potenciales).

El **incremento del conocimiento** disponible en la empresa sobre tales clientes y, por tanto, del grado de diferenciación e individualización entre distintos clientes.

La **detección de nuevas oportunidades** de marketing y venta derivadas del conocimiento adquirido sobre cada cliente (marketing *one-to-one*).



Herramientas de fidelización.

CRM.

Beneficios

La mejor **adecuación de las ofertas y servicios** a las necesidades o deseos del cliente, consecuencia derivada directamente del mayor conocimiento sobre él adquirido por la empresa.

La **reducción de los costes** asociados a las campañas de venta y marketing. El conocimiento adquirido del cliente permite a la empresa personalizar sus campañas de modo que aquellos segmentos de cliente susceptibles de responder a una promoción dada sean objeto de ella, reduciendo el coste asociado a campañas masivas de captación



Herramientas de fidelización.

CRM.

Objetivos

Maximizar la información del cliente

Identificar oportunidades de negocio

Mejorar la atención al cliente

Procesos optimizados y personalizados

Mejorar las ofertas y reducir los costos

Ser capaz de identificar a los clientes potenciales que mayor beneficio le genere a la empresa

Fidelizar al cliente

Invertir en el cliente



Herramientas de fidelización.

CRM SOCIAL.



Diagrama basado en el presentado en el libro "Estrategia Digital" de Pere Rosales

Herramientas de fidelización.

CRM VS CRM SOCIAL.

Ejemplo Agencia de Viajes

Modelo Clásico CRM

1. Campaña de publicidad
2. Respuesta
3. Envió de información

Interesados -> Clientes



Herramientas de fidelización.

CRM VS CRM SOCIAL.

Ejemplo Agencia de Viajes

Modelo CRM Social

1. Concurso
2. Contenidos redes sociales
3. Conversación
4. Recompensa

Relación -> Amigos



Herramientas de fidelización.

CRM VS CRM SOCIAL.

Ejemplo Agencia de Viajes

¿Qué marca elegiría:
la que se anuncia o la que se relaciona?



Herramientas de fidelización.

CEM (Customer Experience Management).

CRM: Enfocado a conocer a nuestros clientes y generar oportunidades de negocio.

CEM: Tiene como objetivo medir la calidad de la relación empresa-cliente, considerando las vivencias y las emociones que se generan, para aumentar el vínculo afectivo entre marca y cliente, y que produzca como resultado un incremento a largo plazo en los beneficios que obtienen tanto la marca como el cliente.

“CRM, capitalizar el conocimiento de nuestros clientes”

“CEM se fundamenta en conocer lo que sienten”



Herramientas de fidelización.

Ejemplos comunidad.



The screenshot shows the Apple Store website with the 'iPod' tab selected. The main banner for 'Nike + iPod' features a Nike Flywire sneaker and an iPod touch displaying running metrics: 3.10 mi, 8'15" pace, and a 'Listonamiento' progress bar. Below the banner are two sections: 'Contigo mientras corres.' with a woman running and 'Supérate a ti mismo.' with a woman on a treadmill. A red circular badge with the Apple logo is overlaid on the iPod touch screen.

<http://www.apple.com/es/ipod/nike/>



Herramientas de fidelización.

Ejemplos comunidad.

The Game Barcelona World Race

2010-2011

"Vive la navegación Extrema"

25.000 millas náuticas

14 barcos en la regata más grande del planeta

31/12/2010

Jugar

Regístrate

Últimas noticias

Clasificación general

P.	SP	NOMBRE
1	S	
2	S	
3	S	
4	S	
5	S	
6	S	
7	S	
8	S	
9	S	

Líderes del Día

FACEBOOK

VIDEO PROMO

AGENCIA PROLOGICA

[http://www.thegame-barcelonaworldrace.org/ /](http://www.thegame-barcelonaworldrace.org/)

