

FIDELIZA

Plan de Fidelización de Establecimientos Asociados

**Sistema de Fidelización para establecimientos.
Basado en tarjetas de identificación.
Nunca fue tan fácil fidelizar**



- **Introducción.**
- **Objetivo de FIDELIZA.**
- **Funcionamiento.**
 - **Tarjeta de Cliente.**
 - **Tarjeta Regalo.**
 - **Campañas SMS, Emailing y Bluetooth.**
 - **Campañas de Sorteos.**
 - **Tarjetas Turísticas.**
 - **Integración con web de la asociación.**
- **Ventajas de la utilización de FIDELIZA.**
- **Puesta en marcha del proyecto.**
- **FIDELIZA en el Establecimiento. Ejemplos.**
- **FIDELIZA en la Asociación. Ejemplos.**
- ANEXO: Ejemplos de marketing.**

Introducción

La situación económica actual y la aparición continuada de grandes superficies, exige que los establecimientos tomen conciencia de la necesidad de formar parte de las **asociaciones de comercio/hostelería y/o centros comerciales abiertos**.

La mayoría de las grandes cadenas de franquicias y grandes almacenes han desarrollado sistemas de fidelización propios.



Las asociaciones por su parte, deben proveer a sus asociados las **herramientas tecnológicas** apropiadas, para la captación y fidelización de clientes.



Objetivo

El objetivo de FIDELIZA es dotar del software necesario para la creación de ese espacio común de fidelización de clientes dentro de una asociación de comercios y/o hostelería.

Para ello se suministra a los asociados una herramienta software, que gestiona el plan de fidelización mediante el uso de tarjetas de banda magnética o código de barras.

En la asociación se instala el software de administración necesario para el tratamiento de los clientes y establecimientos, obtención de estadísticas, ...



Tarjeta de Cliente

La tarjeta permite acumular puntos/euros por las compras realizadas, y canjearlos posteriormente en el mismo o en cualquiera de los establecimientos asociados.

EJEMPLO DE ACUMULACION DE EUROS EN TARJETA DE CLIENTE

Establecimiento Asociado: Tienda de Moda ALVAREZ

- El cliente realiza una compra.
- El dependiente pasa la tarjeta del cliente por el lector.
- Comunica con el servidor de la asociación.
- Al instante realiza la acumulación de los puntos/euros resultantes de aplicar el % de descuento en el importe de la venta.



EJEMPLO DE CANJE DE EUROS DE TARJETA DE CLIENTE

Establecimiento Asociado: Perfumería ZAHARA

- El cliente realiza una compra.
- El dependiente pasa la tarjeta del cliente por el lector.
- Comunica con el servidor de la asociación.
- Al instante comprueba el saldo y realiza el canje de los puntos/euros de la tarjeta del cliente.

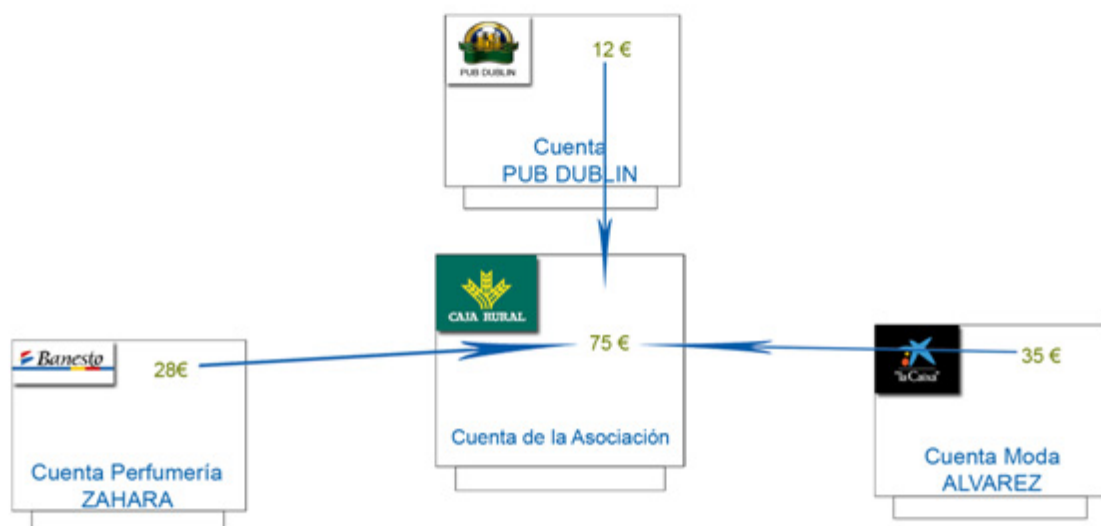


¿De dónde proceden los euros que los clientes acumulan y canjean?

¿Qué sistema se utiliza?

Para garantizar el funcionamiento del sistema, la asociación dispone de una cuenta bancaria que actúa de intercambio de las transacciones. Cada establecimiento dispone de una cuenta bancaria asociada para las transacciones efectuadas.

- Si ZAHARA ha hecho en el día acumulaciones por importe de 28 €, ALVAREZ 35 € y el PUB 12 € ...
- Se genera automáticamente un giro bancario (Q19) desde la asociación por dichos importes.



- Si ZAHARA ha canjeado 10 €, ALVAREZ 26 € y el PUB 6 € ...
- Se genera desde la cuenta de la asociación una transferencia automática (Q34) por dichos importes.



Tarjeta Regalo

Con FIDELIZA, los establecimientos también tiene acceso a la utilización de **Tarjetas Regalo**.

Se pueden crear y gestionar tarjetas regalo de diferentes importes.

El establecimiento que las adquiere solo tendrá que ofertárselas a sus clientes.

Se pueden diseñar modelos predefinidos con motivos diferentes: día de enamorados, día del padre, cumpleaños, bautizos, comuniones,



EJEMPLO DE UTILIZACION DE LA TARJETA REGALO

Establecimiento Asociado: Perfumería CARMEN

- Un cliente indeciso adquiere una Tarjeta Regalo de 50 € en el establecimiento.
- La persona agraciada compra con la Tarjeta Regalo.
- El dependiente pasa la tarjeta por el lector.
- Comunica con el servidor de la asociación que la identifica como Tarjeta Regalo.
- Al instante comprueba el saldo y realiza el canje de los euros de la Tarjeta Regalo del cliente.



SMS, Emailing, Bluetooth

FIDELIZA permite la creación por parte del establecimiento o la asociación, de campañas de envíos masivos de **SMS, Emailing y/o Bluetooth** (para envío de ofertas, publicidad o noticias a los clientes de la tarjeta).



Un establecimiento puede adquirir un paquete con un número determinado de SMS para publicitar eventos, campañas de promoción o felicitación de cumpleaños.

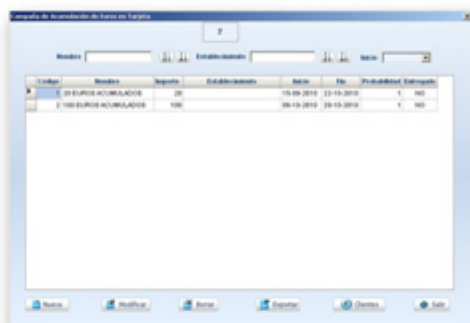
Se pueden acotar los envíos según sexo, edad, grupos de clientes...

La asociación también podrá aprovecharse para publicitar campañas que afectan al conjunto de los establecimientos.

Multitud de estudios de marketing avalan la utilización de SMS, Emailing y/o Bluetooth en campañas publicitarias. Su coste es muy reducido y llega al cliente de manera más directa y concreta que otros medios como catálogos impresos, etc, ...

Campaña de Sorteos

FIDELIZA gestiona la creación de campañas de sorteos paralelas a la uso normal de la tarjeta del cliente.



La Asociación dispone de diferentes campañas:

- Premio directo o aleatorio a las primeras compras del día.
- Acumulación de puntos para su posterior canjeo por el regalo estipulado.
- Premio por comprar en un número determinado de establecimientos.
- Premio por número de compras realizadas.
- Bonos de horas de Parking gratis.



Tarjetas Turísticas

Fideliza provee de una opción para gestionar tarjetas turísticas.



La diferencia con la Tarjeta de cliente, es que ésta se crea con un saldo inicial para que el turista, consuma durante su estancia, en los establecimientos asociados.



Permite conocer los gustos del turista, lugares de procedencia, motivo de la estancia, ...

Integración Web

FIDELIZA permite la integración directa con la página web corporativa de la asociación.

De esta forma los usuarios de la tarjeta podrán consultar en tiempo real su saldo, operaciones realizadas en cada establecimiento, ...



La integración es muy sencilla, puesto que el servidor genera automáticamente los movimientos y clientes del sistema y sube a una cuenta FTP, previamente configurada, un fichero XML.

Ventajas de la Utilización de FIDELIZA

Para el **Usuario de la Tarjeta:**

A diferencia de otros sistemas de fidelización, con Fideliza desde el primer momento percibe que la tarjeta es útil...

Puede canjear el dinero acumulado de manera inmediata en establecimientos de diversa índole.

Además estará **informado de todas las campañas y ofertas** de la asociación y será partícipe de las promociones que cada establecimiento realice.



Para el **Establecimiento:**

Los descuentos realizados a los clientes NO se pierden, hay un % muy elevado de retorno de los mismos según el tipo de establecimiento.

No menos importante es la captación de nuevos clientes que no entraban en el establecimiento, y la fidelización de los que eran clientes ocasionales.

Además dispone de nuevas herramientas publicitarias como las campañas de SMS, Emailing, Bluetooth, sorteos y de informes acerca de la edad, sexo y otros parámetros de sus clientes.



Para la **Asociación:**

La base de datos proporciona una herramienta de marketing excepcional.

El cliente percibe las ventajas de comprar en los establecimientos asociados, mejorando la imagen y modernidad de la asociación.

La innovación tecnológica pone a la asociación al mismo nivel que las grandes superficies, su competencia más directa.



FIDELIZA en el Establecimiento

Cuando un cliente compra en un establecimientos, después de pasar su **tarjeta** e identificarse, el software realiza en tiempo real la **acumulación de los puntos/euros** resultantes de aplicar un **% de descuento** en el importe de la venta.



Ejemplo de **acumulación de puntos/euros** en tarjeta:

1



El dependiente del establecimiento pasa la tarjeta del cliente, al que previamente ha identificado, por el lector de tarjetas.

De manera inmediata visualizará los datos del cliente, saldo disponible, últimos movimientos, caducidad de la tarjeta, ...

2



Entonces tecleará el importe de la compra y el descuento que se va a realizar (por defecto aparece el % mínimo que ha establecido el comercio).

En unos instantes se efectúa la recarga, que queda convenientemente registrada en el servidor.

Ejemplo de canje de puntos/euros:



Al igual que en el caso anterior, el dependiente ha de pasar la tarjeta del cliente, al que previamente ha identificado, por el lector de tarjetas.

También visualizará los datos del cliente, saldo disponible, últimos movimientos, saldo de la tarjeta, ...



Entonces deberá introducir el importe de la compra y el importe que quiere canjear el cliente.

Si dispone de saldo suficiente, la operación quedará completada.

Si no se dispone de saldo para efectuar la operación el sistema emitirá la alerta correspondiente e impedirá realizar la operación.

Ejemplo de creación de Tarjeta Regalo:

Desde el establecimiento se pueden dar de alta las Tarjetas Regalo y canjearlas.



El dependiente deberá pasar una nueva tarjeta e introducir el importe de la misma.

Ejemplo de activación de **Nuevo Cliente**:

El alta de nuevos clientes se puede realizar desde el módulo del establecimiento.



El dependiente ha de pasar la tarjeta que se va a asignar al cliente y rellenar los datos requeridos y otros opcionales como aficiones, ocupación, etc...

Desde la activación, el nuevo usuario ya puede disfrutar de las ventajas de la tarjeta (acumulación, canje, etc).

FIDELIZA permite **configurar** el máximo descuento permitido, permisos de operarios, y teclas de acceso rápido al software.

Además podrá parametrizar la **impresión de justificantes** de las transacciones.

La gerencia del establecimiento podrá consultar los movimientos de acumulación y canje de puntos y obtener **estadísticas**.

FIDELIZA en la Asociación

En la Asociación se instala el software **FIDELIZA Administrador**, que servirá para dar de alta a los establecimientos asociados, clientes, y otros datos necesarios para el funcionamiento del sistema.

Además se encarga de procesar las transacciones bancarias de los comercios asociados, resultantes de los canjes y acumulaciones.

También provee a la asociación de todos los listados y estadísticas necesarios para gestionar el sistema de fidelización.



Ejemplos de pantallas de FIDELIZA Administrador:

1 Creación y mantenimiento de los establecimientos asociados.

N.I.F.	Nombre	Razón Social	Domicilio	Contacto	Cuenta Corriente	Localidad
1	PERFUMERA RAMBIZ	PERFUMERA RAMBIZ	5 CALLES SAUCES, 22			
2	ESTUDIO ALBERZ	ESTUDIO ALBERZ	2 O AMERICA, 23			
3	PAJAROS CERCA	PAJAROS CERCA	2 AVDA DEL PARQUE, 22			
4	APARCAMIENTOS BLOY	APARCAMIENTOS BLOY	2 CALLES SAUCES, 22			
5	PAZTELERA ROSA	PAZTELERA ROSA	2 AVDA AMERICA, 23			
6	ACTIVO	ACTIVO	6 C/VALDEZ, 25			
7	AUTOSUELA EIGUE	AUTOSUELA EIGUE	2 O ALVARO, 36			
8	BENETTON CABALLERO	BENETTON CABALLERO	2 O ALCEG, 35			
9	BENETTON SEÑORA Y NIÑO	BENETTON SEÑORA Y NIÑO	2 AVDA ROSALES, 24			
10	BOULANGER DE LAS HADAS	BOULANGER DE LAS HADAS	2 AVDA ROSALES, 36			
11	CALZADOS MANCA	CALZADOS MANCA	2 C/NIÑERÍA, 24			
12	CARLOS GOMEZ	CARLOS GOMEZ, S.A.	2 C/NIÑERÍA, 27			
13	CARMEN JALATE	CARMEN JALATE	2 C/NIÑERÍA, 26			
14	CHOCOS	CHOCOS	60 C/COMERCIAL, 13			
15	COMERCIAL SALVADOR	COMERCIAL SALVADOR	2 C/COMERCIAL, 13			
16	COMERCIAL SERNA	COMERCIAL SERNA	2 C/COMERCIAL, 15			
17	COMPAÑIAS DE ESPAÑA	COMPAÑIAS DE ESPAÑA	2 C/COMERCIAL, 16			
18	COSSAS DE CASA	COSSAS DE CASA	2 C/COMERCIAL, 16			
19	DAVID SANCHEZ	DAVID SANCHEZ	2 C/COMERCIAL, 16			
20			2 C/COMERCIAL, 11			
21	ESPINAL		2 C/COMERCIAL, 11			
22	LA FARMACIA		2 C/COMERCIAL, 12			
23	MARQUEZ CORTES		2 C/COMERCIAL, 16			
24	LA FARMACIA		2 C/COMERCIAL, 16			
25	ARMANDO		1 C/COMERCIAL, 16			

El fichero de establecimientos contiene los datos más relevantes y además se puede visualizar un resumen de los movimientos realizados.

Desde esta pantalla se ha de introducir el % de descuento que realiza el comercio.

2 Creación y mantenimiento de los clientes.

N.I.F.	Nombre	Apellidos	Localidad	Domicilio	Tel. Fijo	Móvil	Fecha Alta
1	RODOLFO	GARCIA DOMINGUEZ	SPAIN	O COMERCIAL, 22	67747620		21-06-2010
2	JOSE ANTONIO	PEREZ LASA	SPAIN	O COMERCIAL, 23	66691077		21-06-2010
3	JOSE	SERRANO FUERTES	SPAIN	AVDA PRINCIPAL, 3	65077476		21-06-2010
4	DANIEL	GARCIA DOMINGUEZ	SPAIN	PLAZA ESPAÑA, 26	60507379		21-06-2010
5	PABLO JAVIER	LOPEZ SERRANO	SPAIN	PLAZA ESPAÑA, 27	63749080		21-06-2010
6	JUAN	PEREZ LASA	SPAIN	O COMERCIAL, 20 Pº A	66662053		21-06-2010
7	ANAYA	PEREZ LASA	SPAIN	O MAYOR, 16	66663071		21-06-2010
8	ANA MARIA	LOPEZ SERRANO	SPAIN	AVDA MADRE, 12	66663071		21-06-2010
9	PEREZ	PEREZ LASA	SPAIN	AVDA PRINCIPAL, 2	66163059		21-06-2010
10	RAUL	GARCIA DOMINGUEZ	SPAIN	AVDA MADRE, 12	63477507		21-06-2010
11	BEATRIZ	LOPEZ SERRANO	SPAIN	AVDA PRINCIPAL, 3	66663071		21-06-2010
12	ESTERONIA	LOPEZ SANCHEZ	SPAIN	PLAZA ESPAÑA, 23	67620074		21-06-2010
13	MARINA DE JESUS	PEREZ LASA	SPAIN	PLAZA ESPAÑA, 24	61646460		21-06-2010
14	ESTERONIA MARCO	LOPEZ SERRANO	SPAIN	PLAZA PRINCIPAL, 1 Pº	63322102		21-06-2010
15	GEMARIZ JACOBI	LEON GARCIA	SPAIN	PLAZA ESPAÑA, 22	62223041		21-06-2010
16	JUSTI	GARCIA DOMINGUEZ	SPAIN	AVDA MADRE, 14			21-06-2010
17	IRREBERTO	LOPEZ SERRANO	CEDELLAS	AVDA MADRE, 11			21-06-2010
18	ALBERTO	PEREZ LASA	CEDELLAS	AVDA PRINCIPAL, 2	61633034		21-06-2010
19	MARCELA	LOPEZ SERRANO	SPAIN	O SAN PANCRAZIO, 1	67232386		21-06-2010
20	MP CONCEPCION	CABARCOS LOPEZ	SPAIN	O SAN PANCRAZIO, 2	67620074		21-06-2010
21	LEIA	GARCIA DOMINGUEZ	SPAIN	O SAN PANCRAZIO, 10	66662047		21-06-2010
22	PLAZA	LOPEZ SERRANO	SPAIN	O SAN PANCRAZIO, 11	62642424		21-06-2010
23	MP PILAR	CABARCOS LOPEZ	SPAIN	TRAVESIA ESPAÑA, 8	66663054		21-06-2010
24	MP JOSE	GARCIA DOMINGUEZ	SPAIN	TRAVESIA ESPAÑA, 16	66662047		21-06-2010
25	MP JUAN	CABARCOS LOPEZ	SPAIN	TRAVESIA ESPAÑA, 8	66663054		21-06-2010

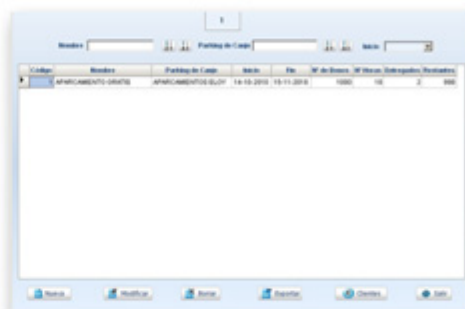
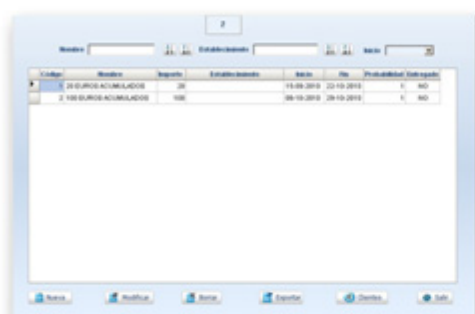
El fichero de clientes permite crear y mantener todos los datos que el cliente ha rellenado en el folleto de captación que el establecimiento o la asociación le entregó. También podrá visualizar los nuevos clientes creados desde el establecimiento.

N.I.F. 00000000 **Nombre** FRANCISCO **Apellidos** PEREZ GARCIA **Establecimiento** [dropdown]
Calle SERRANO, 12 **Nº** 10 **C.Postal** 44017 **Localidad** [dropdown] **Provincia** [dropdown]
País ESPAÑA **Tel. Fijo** 97755224 **Móvil** 611220217 **Fecha Nacimiento** 07-08-1978 **Sexo** Femenino
Estado Civil Casado **Nº Hijos** [dropdown] **Fecha Nacimiento Hijos** [dropdown]
Profesión FIANCIEROS **Zona** CENTRO-HISTORICO **E-Mail** fpanca@gmail.com **Web/Blog** [dropdown]
Tarjeta 0000000000
 MODA CABALLERO MODA CABALLERO MODA CABALLERO
 MODA BIKINI MODA BIKINI MODA BIKINI
 MODA SIRA MODA SIRA MODA SIRA
 ABOGADOS ABOGADOS ABOGADOS
 ALBERGACION ALBERGACION ALBERGACION
 APARCAMIENTO APARCAMIENTO APARCAMIENTO
 AUTOSUELA AUTOSUELA AUTOSUELA
 CALZADO CALZADO CALZADO
 COMPLEMENTO COMPLEMENTO COMPLEMENTO
 CONFISTERIA CONFISTERIA CONFISTERIA
 CUADROS CUADROS CUADROS

Podremos ver en detalle todos los datos acerca de las acumulaciones y canjes realizados.

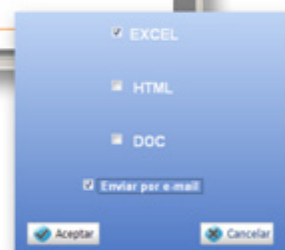
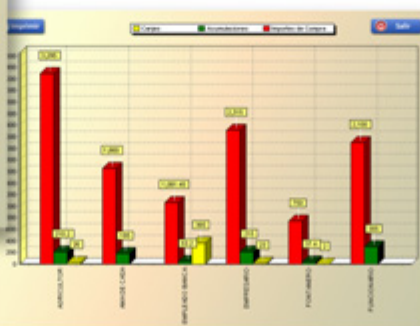
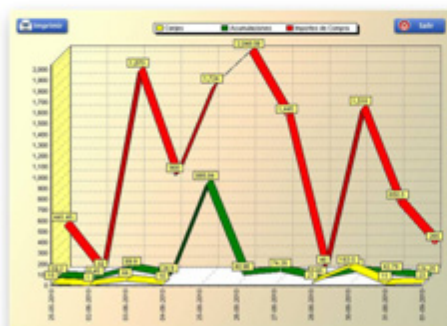
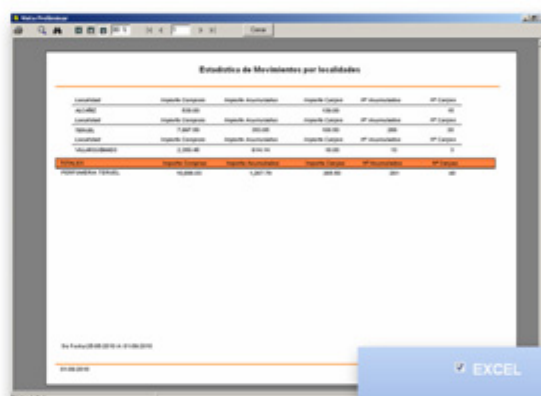
3 Otros Procesos.

Aquí se encuadran las opciones para gestionar las tarjetas regalo, campañas de envío de SMS, sorteos, movimientos de los establecimientos y clientes, y generación de cuadernos 19 y 34 (giros bancarios y transferencias resultantes de los canjes y acumulaciones realizadas).



4 Listados y Estadísticas.

FIDELIZA Administrador provee a la asociación de un sinfín de posibilidades de listados de clientes y establecimientos, acotables entre multitud de parámetros para realizar seguimientos del sistema de fidelización.



Puesta en marcha del proyecto

Para asegurar el éxito de lanzamiento y posterior madurez del proyecto FIDELIZA se han tomado una serie de acciones mínimas.



Por parte de la **asociación**:

- Lograr la participación de un número mínimo de establecimientos, diversificado por sectores.
- Involucrar a los organismos públicos locales (ayuntamiento, asociaciones vecinales, etc...) para hacerles ver las bondades del proyecto, y las ventajas que tendrá en el aumento del consumo y crecimiento económico de la zona.
- Acciones publicitarias continuas para dar a conocer las ventajas del sistema, aprovechando para ello los medios de comunicación locales de prensa, radio y televisión.
- *Merchandising* con el logo de la tarjeta de fidelización: Calendarios, gorras, bolígrafos, ...
- Convenios con organismos públicos para asociar descuentos a los poseedores de la tarjeta en piscinas, bibliotecas, parkings, eventos deportivos, conciertos, ...




Por parte de los **establecimientos participantes**:

- Toma de conciencia de que el sistema es beneficioso para todos, apartando posibles recelos respecto a la competencia.
- Implicación en el proyecto, informando a los clientes de las ventajas de adquirir la tarjeta y animando a los mismo a rellenar los folletos de captación de datos.
- Formación a los empleados acerca del sistema implantado y de la correcta utilización del mismo.

Ejemplos de Marketing

Ejemplo de Tríptico de alta de cliente:



TARJETA CLIENTE
CENTRO COMERCIAL ABIERTO

Rellene este formulario con letra mayúscula.

Establecimiento: _____

Primer Apellido: _____

Segundo Apellido: _____

Nombre: _____

N.I.F. _____ Sexo: Hombre Mujer Casado/a Si No

Fecha de Nacimiento: Día: ____ Mes: ____ Año: ____

Domicilio: _____

Número: ____ Escalera: ____ Piso: ____ Puerta: ____ Código Postal: ____

Localidad: _____ Provincia: _____

Teléfono Fijo: _____ Teléfono Móvil: _____

E-mail: _____

Nº Hijos Edad hijos

Fecha y Firma: _____

Día: ____ Mes: ____ Año: ____

Marque esta casilla y enviaremos la tarjeta a su domicilio

La firma de esta solicitud supone la aceptación de las condiciones generales del programa de fidelización de la Asociación. El firmante autoriza que sus datos de carácter personal sean tratados e incorporados en un fichero inscrito en el registro de la APD, el responsable del cual es la Asociación, con el fin de permitir el contacto con el cliente y la promoción de nuevos productos y servicios por parte de este comercio. El cliente podrá ejercitar en cualquier momento sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición mediante una carta certificada dirigida al domicilio del comercio. Si no está conforme con alguna de las condiciones descritas al documento, deberá de abstenerse de rellenar y entregar el documento.

Ventajas de ser cliente de Tarjeta FIDELIZA.

La Tarjeta de la Asociación le ofrece la posibilidad de acceder a todo un mundo de ventajas aprovechando las nuevas tecnologías.

Presentando esta Tarjeta en cualquier establecimiento asociado al Sistema de Fidelización obtendrá un descuento del 5% en sus compras y se abonarán directamente en su tarjeta para su posterior canjeo en cualquier establecimiento adherido al sistema.

Ventajas.

- Un servicio diferenciado.
- Beneficiarse de las mejores promociones y ofertas.
- Participación en sorteos.
- Interesantes acuerdos con empresas de todos los sectores. Infórmese en Inscribirse y disfrute de todas las ventajas, porque con la Tarjeta de la Asociación premiamos su fidelidad.



Procedimiento de adquisición.
Una vez haya leído las condiciones, rellene todos los datos demandados para la suscripción y firme este tríptico.

La tarjeta no tiene coste alguno.

Ejemplo del distintivo en el establecimiento:



Ejemplo de diseño de tarjeta:

