CÓMO AUMENTAR TUS VENTAS IMPLEMENTANDO UN PROGRAMA DE LEALTAD DIGITAL EXITOSO

vale+

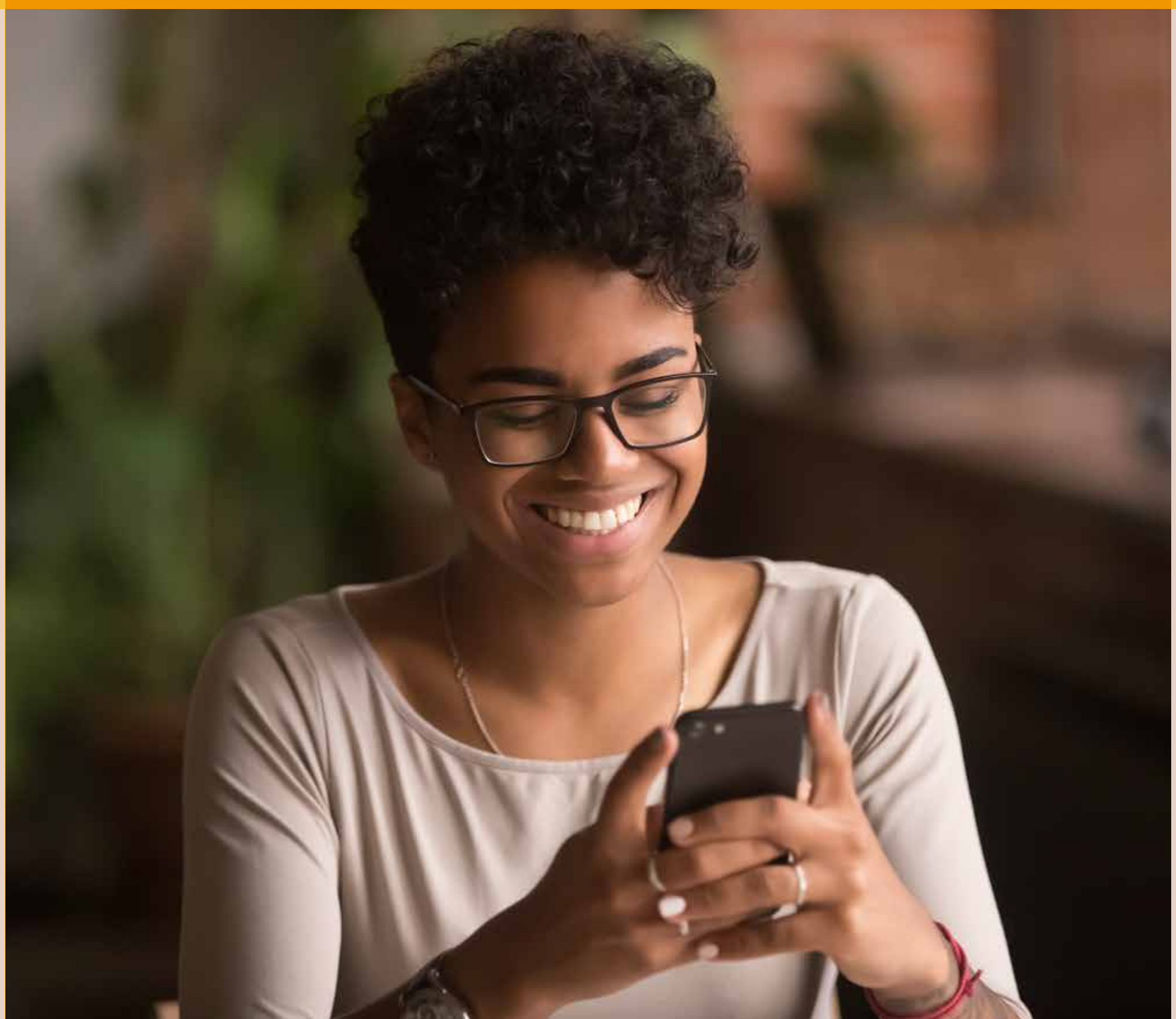
Al paso que se transforman el mundo y las empresas, los responsables de *marketing* deben crear estrategias innovadoras que se adapten a sus nuevas necesidades: atención en todos los canales, productos más asequibles, diversas formas de pago y mejor experiencia de compra.

La presencia *online* implica nuevos retos para la retención de clientes, pero a su vez las nuevas tecnologías brindan la oportunidad de marcar la diferencia en temas de lealtad.

Un programa de lealtad digital es aquel que permite incentivar la participación y la compra a través de todos los puntos de contacto: web, *email*, redes sociales, móvil y puntos de venta.

Estos programas han cobrado importancia en los últimos años porque son la estrategia que ayuda a mantener una relación duradera con los clientes más allá de la compra. La fidelidad es algo que se construye y para ello requiere ser alimentada con incentivos que representen valor y conexión emocional con la marca.

En este *ebook* hablaremos sobre el nuevo consumidor en Latinoamérica y los aspectos que debes incluir en un programa de lealtad digital que te ayude a impulsar las ventas.



1. EL NUEVO CLIENTE EN LATINOAMÉRICA

Hemos aprendido bastante. La crisis generada por la pandemia nos mostró todo lo que podíamos evolucionar. Ahora el terreno quedó llano para la transformación digital y seguir creciendo en una economía digital.

Los hábitos del consumidor se transformaron y se convirtieron en la nueva forma de vivir: comprar *online* todo tipo de productos (esenciales y no esenciales), teletrabajar, tener citas médicas virtuales o solicitar soporte por videollamada.

De acuerdo con el último reporte de Consumer Insights de Kantar (2021), estos son los factores que más les importan a los latinoamericanos tras la pandemia:

- El precio: 78 %.
- Compra cerca de casa: 69 %.
- Respaldo a lo local: 66 %.
- Probar nuevas marcas: 57 %.
- Pagos digitales: el 59 % prefiere hacer pagos móviles o con tarjetas de contacto.
- Nuevos canales: el 56 % seguirá comprando online, siendo Brasil (64 %) y Colombia (58 %) los países que más usan este nuevo canal.

2. HACIA LA LEALTAD DIGITAL

En el camino hacia la transformación digital también se transforma la lealtad y la manera en que los clientes se relacionan con las marcas. Con el desarrollo de las nuevas tecnologías, los consumidores han asumido un rol más activo y sus expectativas son diferentes.

Esto es lo que buscan los compradores a la hora de elegir una marca (ADEN Bussines Magazine, 2021):

- Delivery gratis: 60 %.
- Proceso de compra fácil: 43 %.
- Apoyo que brindó la marca en la pandemia: 29 %.
- Experiencia de compra entretenida: 29 %.
- Apoyo a causas sociales: 28 %.

Como ves, estamos frente a consumidores hiperconectados, omnipresentes e informados. Actualmente, solo son fieles a sus necesidades y se irán en cuanto encuentren una opción mejor. Y ahí está el reto.

Por eso, es hora de impulsar su lealtad en el entorno digital. No abandones a tus clientes en ese gran mar de posibilidades que es el internet. Los programas de lealtad digital son estrategias efectivas que te permitirán fidelizar clientes para incrementar tus ventas y blindar tu negocio en tiempos difíciles.

3. ¿QUÉ SON LOS PROGRAMAS DE LEALTAD DIGITAL?

Se trata de una estrategia de *marketing* que busca recompensar el comportamiento de compra de los clientes existentes para conquistar su fidelidad a través de medios digitales. El propósito es conectar de manera tal que te elijan a pesar de otras opciones y busquen tus servicios o productos de forma frecuente.

Para lograr la fidelidad del consumidor digital debes ir más allá de la transacción y generar experiencias positivas en todo el proceso de compra.

Por eso, crear un programa de lealtad digital implica adoptar nuevas herramientas digitales para un pleno conocimiento de los clientes. El uso estratégico de los datos que nos aportan es clave para influir en la toma de decisiones, crear conexiones duraderas y garantizar el impacto del programa.

vale+

4. ¿CÓMO CREAR UN PROGRAMA DE LEALTAD DIGITAL EXITOSO?

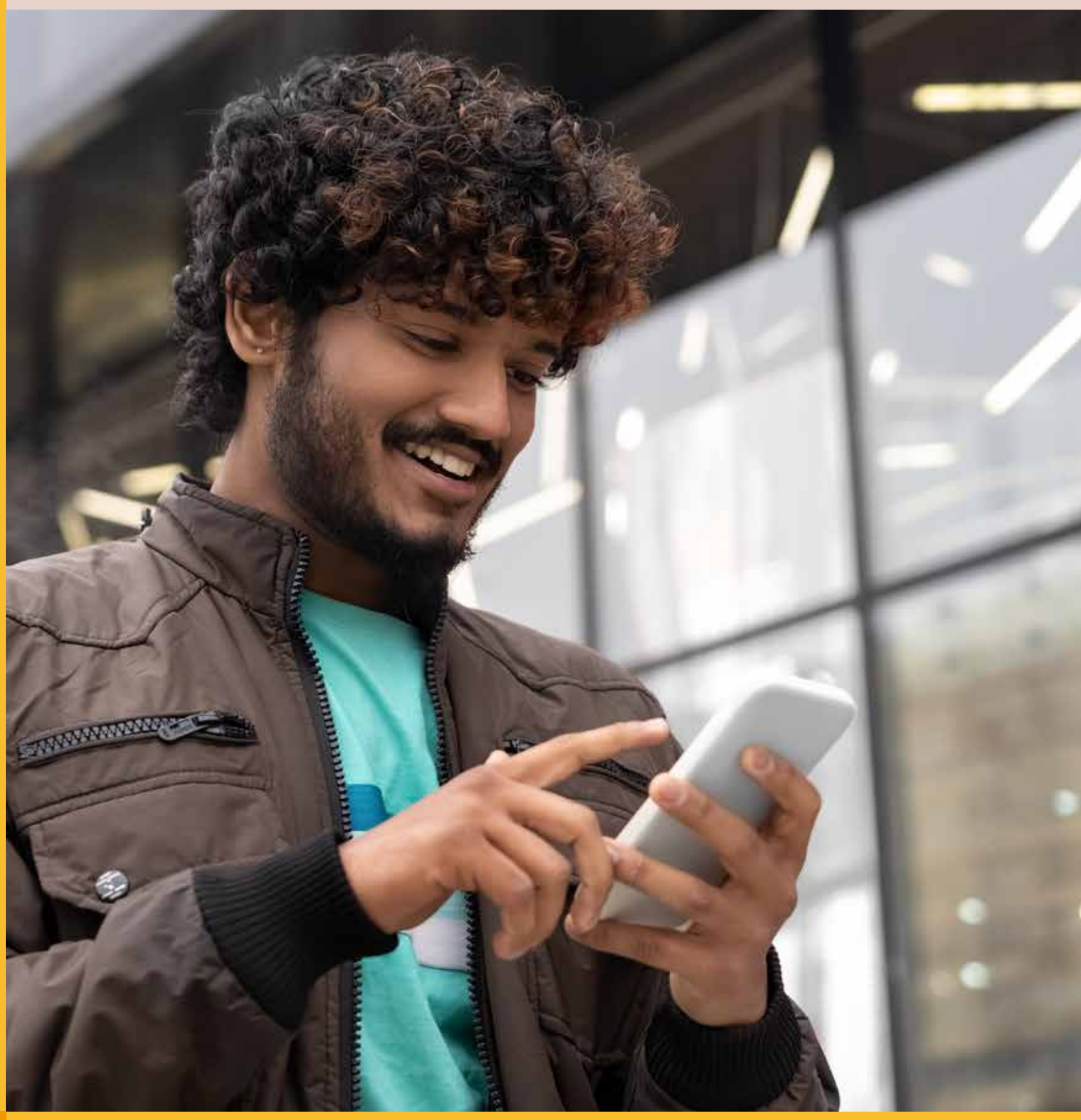
Estos son los elementos que debes tener en cuenta para lograr los objetivos de venta a la luz de las nuevas tendencias:

Omnicanalidad

Usa todos los canales —mensajes de texto, redes sociales, *email*, *chats* y puntos de venta— para mantener la participación activa con tu marca.

Nike es un buen ejemplo de omnicanalidad. La marca reportó un crecimiento *online* del 80 % con 7 millones de usuarios nuevos gracias a su experiencia omnicanal. Con la información que le aporta su aplicación Nike+ puede lanzar nuevos productos, organizar eventos y realizar acciones de fidelización para su comunidad de corredores en todo el mundo (Zendesk México, 2021).

También ofrece experiencias para sus miembros especiales en las tiendas físicas: un *check-out* exprés, horarios especiales, pisos exclusivos, hiperfocalización para recomendar la tienda más cercana, entre otros.



Personalización

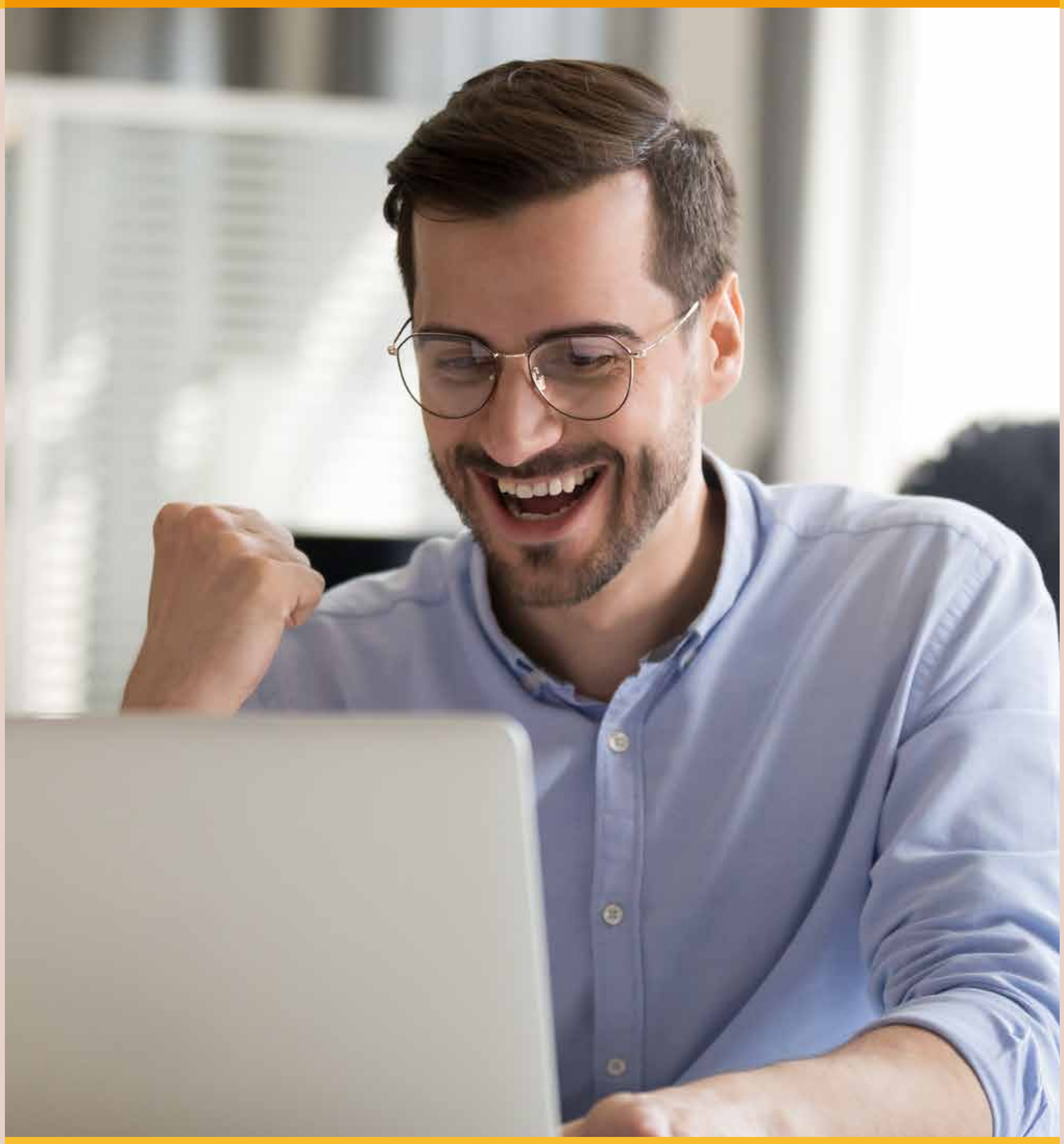
Tecnologías como la Inteligencia Artificial permiten hacer una segmentación más precisa para crear las recompensas que los clientes realmente desean.

Puedes enviar mensajes personalizados, bonos o descuentos de acuerdo con lo que están buscando en el momento preciso. Aunque las personas se preocupan por su privacidad, el 36 % de ellas están dispuestas a canjearla parcialmente por experiencias potentes (Selligent, 2020).

Recompensas valiosas

El 85 % de los consumidores desean elegir los beneficios y recompensas que reciben (Merkle Loyalty Barometer Report, 2020).

Hazles saber a tus clientes que te importan. Ofrece premios que resuelvan sus problemas. Incluso, déjalos elegir lo que prefieren. Un bono o un descuento son más efímeros y puede que no logren impacto a largo plazo.



Sé humano por encima de todo

El 70 % de la experiencia de compra se basa en cómo los clientes sienten que están siendo tratados (García, 2020).

Las personas no quieren hablar con máquinas. De hecho, les resulta frustrante cuando quieren hablar con una persona y la compañía solo da respuestas automatizadas a través de un asistente virtual. Por eso, es importante empatizar y humanizar toda la experiencia.

Esto es importante porque un consumidor digital satisfecho no tendrá reparos en hacer buenos comentarios en foros o redes sociales.

Fácil de entender y de usar

Los programas de lealtad deben ser intuitivos y sin complicaciones. Evita trabas para redimir los puntos y premios.

Además, el programa no comenzará a funcionar por sí solo. Crea un plan de comunicación para explicarlo, incentivar la participación y recordar el uso de los puntos.

vale+

5. VALEMAS, TU MEJOR ALIADO PARA CREAR UN PROGRAMA DE LEALTAD

Tras 11 años de experiencia en el mundo de la lealtad, creamos una gran red entre marcas, comercios y personas. Para que te unas a ella, desarrollamos una plataforma personalizable mediante la cual puedes implementar tus programas de incentivos.

El Marketplace más robusto del mercado
Cuenta con una amplia variedad de marcas aliadas y categorías de premios. Así puedes brindarles más opciones a tus clientes para que escojan lo que más les guste. Es muy intuitivo y amigable con el usuario, lo que facilita su manejo al momento de la redención de cualquier producto.

Catálogo de premios personalizado
Ofrece recompensas a la medida de cada segmento de clientes, generando así un mayor engagement por medio de los productos disponibles.

Recompensa de forma inmediata
Según el Barómetro de Lealtad de Merkle (2020), una causa de insatisfacción con los programas de fidelización es el tiempo que toma ganar una recompensa. Con Valemas tus clientes pueden ganar puntos o premios inmediatos. Contamos con una amplia cobertura del servicio, llegando a zonas lejanas o intermedias de cada región donde nos encontramos, lo que posibilita entregas en tiempo récord.

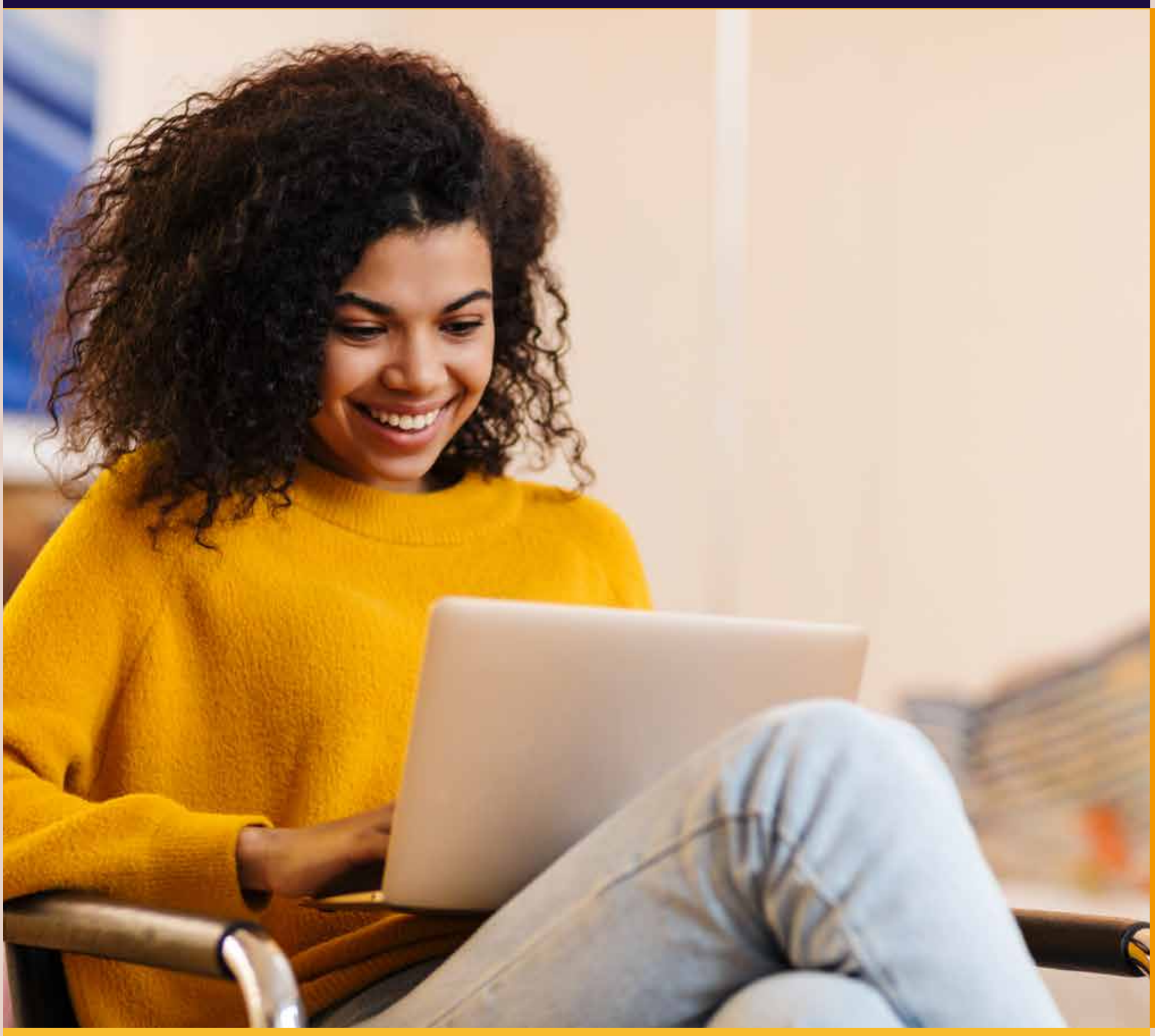
Escucha a tus clientes
El feedback es clave para mejorar tu plan de lealtad. Nuestra plataforma dispone de canales para que tus afiliados se expresen y participen en encuestas.

Actividades especiales
También se puede generar interacción con los afiliados por medio de misiones especiales en las que podrán participar, ya sea subiendo videos, fotos, audios o contestando una encuesta. Esto se les podrá recompensar con puntos o premios que quiera otorgar la marca. De este modo, se fortalece el vínculo entre la marca y el afiliado.

Canales de comunicación
Mantenemos informados a tus clientes por medio de distintos canales de contacto como mensajes de texto, notificaciones, *email*, *Whatsapp*, comunicaciones en la plataforma web y *App*.

Analítica de datos
Contamos con una herramienta capaz de perfilar y segmentar los clientes, así como generar reportes de información valiosa de comportamiento que ayudan a crear conexiones sólidas. Por otro lado, permite la medición de los KPI del plan de lealtad para que tomes decisiones basadas en el análisis de datos.

Ahora que sabes lo que necesitas, comienza a diseñar un nuevo plan de lealtad digital que impulse tus ventas. Si necesitas la ayuda de un experto en lealtad, **¡nosotros te ayudamos!**



vale+

CÓMO AUMENTAR TUS VENTAS IMPLEMENTANDO UN PROGRAMA DE LEALTAD DIGITAL EXITOSO