



ILION Fidelity Card Sistema de fidelización

Captar, convencer y conservar

INTRODUCCIÓN

Buscando el aprovechamiento y evolución de las nuevas tecnologías y basando su éxito en los nuevos conceptos de marketing relacional, **ILION Fidelity Card** se convierte en una herramienta eficaz de fidelización de clientes para un gran número de empresas y sectores.

Sin lugar a dudas, en la actualidad ya no es suficiente con ofrecer un buen servicio o producto al consumidor. Es tal la cantidad y calidad de ofertas, que las empresas necesitan un modo de distinguirse de sus competidores y hacer que el cliente prefiera consumir en sus establecimientos.

Mantener una cartera de clientes comprometida con la marca, incentivar al cliente a que prefiera consumir en nuestro establecimiento en vez de en otro, inculcar nuevos hábitos de consumo, etc... no es una tarea sencilla y para eso ponemos a su disposición nuestra solución **ILION Fidelity Card**; la mejor herramienta para implementar en su empresa un completo sistema de fidelización para sus clientes basada en el uso de una "Tarjeta de Fidelización".

Con la solución **ILION Fidelity Card** es posible poner en marcha un sistema de fidelización con tarjeta controlando en cada momento las aportaciones de cada uno de los comercios o establecimientos, el número de transacciones, la emisión de tarjetas, la asignación de puntos, etc, bajo una gestión común y centralizada.

De esta forma podrá hacerse una idea más fiel de quién es su público objetivo, de sus puntos fuertes, de sus debilidades o de aquellos aspectos a mejorar, contribuyendo a la creación y consolidación de una cartera de clientes que incidirá de forma directa sobre los beneficios económicos de su compañía. Cuanto mayor sea el número de clientes satisfechos que tenga, mayor será el número de ingresos que reporten a sus cuentas.

VENTAJAS

- ↳ El cliente se siente **identificado con el producto** y se cree especial para la empresa. Recibe una atención especial lo que contribuye a evitar fugas de clientes.
- ↳ Se presta un **servicio personalizado**, que puede ser considerado más importante que descuentos o puntos por compra.
- ↳ Usted gana el **conocimiento profundo de sus clientes**, de sus preferencias, sus hábitos de compra y así podrá optimizar su oferta y condiciones de compra (horarios, formas y plazos de pago, de entrega...).
- ↳ A base de este conocimiento es posible desarrollar estrategias de recompensación a sus clientes más rentables, **premiar la lealtad del cliente**, fidelizarlo con distintos regalos, promociones, descuentos etc. que es una de las claves para la retención de clientes.
- ↳ El cliente está satisfecho pues se siente remunerado por su consumo lo que **estimula la recompra**.
- ↳ Así se **aumenta la rentabilidad** ya que un cliente leal y contento es más rentable que captar uno nuevo .
- ↳ Además se **aumentan los ingresos** por repetición de compra, emisión de tarjetas de regalo, etc.
- ↳ Se **mejora la imagen** y gana en competitividad.
- ↳ Se mantiene una comunicación personalizada con los clientes que aumenta la **efectividad de acciones de marketing directo**.

CARACTERÍSTICAS

- ↳ **Totalmente compatible** con otros programas de gestión: ILION Fidelity Card no le obliga a cambiar su programa TPV actual, simplemente gestionará la fidelización a clientes a través de una conexión a internet.
- ↳ Apto para colectivos como franquicias, centros comerciales, asociaciones, etc..
- ↳ Posibilidad de usar **tarjetas plásticas** o cualquier otro identificador de cliente (clave de acceso, DNI, etc..)
- ↳ Uso **simultáneo y compartido**, el consumidor puede utilizar su "Tarjeta de Cliente" en cualquiera de los comercios partícipes.
- ↳ **Sin necesidad de equipamiento específico**, no se requieren complejos y caros aparatos, únicamente se necesita un ordenador con conexión a Internet.
- ↳ **Envío de SMS's o e-mails** promocionales a los clientes registrados.
- ↳ **Total control** por parte de la empresa sobre la actividad realizada por los comercios asociados.
- ↳ Protocolos de **trabajos centralizados**. Todos los comercios operan de modo subordinado a la central, es esta quien valida las altas, activa las tarjetas de cliente, elimina comercios, etc.
- ↳ Posibilidad de **adaptaciones personalizadas** a las necesidades concretas de cada cliente.
- ↳ **Mínima inversión**: Gracias al hecho de que sólo se necesita un lector de tarjetas con conexión a internet y a las distintas posibilidades en lo relativo a las tarjetas, es posible implementar el sistema de fidelización en su empresa con unos costes mínimos.

FUNCIONAMIENTO

Las tarjetas electrónicas se entregan gratuitamente a los clientes y permiten a los usuarios la acumulación de puntos en función de los consumos realizados en los establecimientos adheridos.

Cada vez que un cliente realiza una compra, su tarjeta es introducida en el lector, que se comunica con un sistema centralizado a través de una conexión segura con certificación SSL, mediante un navegador web, solicitando el importe de la operación, el número de ticket y el nombre del vendedor. Esta información es enviada en tiempo real a través de internet al programa de gestión, el cual primeramente autoriza la tarjeta y devuelve al lector el saldo de la misma, cargándose un número de puntos proporcional al importe de la compra. Estos puntos acumulados dan derecho a la obtención de descuentos en productos habituales. Las condiciones comerciales son establecidas por el gestor del sistema de fidelización, pudiendo crear diferentes reglas según el tipo de cliente.

Desde el programa de gestión podrá controlar de forma centralizada todas las transacciones realizadas en las diferentes tiendas, así como los datos de las mismas: importe del ticket, cliente, puntos, saldo, etc. Podrá visualizar el saldo de las tiendas, con el total de puntos generados y consumidos, crear nuevos clientes, etc.

Estos datos nos permiten conocer hábitos de consumo de sus clientes y en consecuencia, orientar la política comercial y de marketing de la compañía, potenciando además la frecuencia de compra y el aumento del importe de la misma con la finalidad de adquirir más puntos. Por otro parte, nos diferencia de la competencia aportando un valor distintivo y fortaleciendo el recuerdo de la marca.

