

Formas efectivas de usar el programa de fidelización de clientes.

10/03/2022



Si logras efectivizar compras, pero luego tus clientes no siguen eligiéndote, este artículo te vendrá muy bien. Hablaremos de cómo conseguir la fidelización de tus clientes, una estrategia excelente y que te llevará una gran inversión.

Veremos ahora el ABC de la fidelización del cliente y cómo aplicar el programa para que te ayuden a mejorar tu rentabilidad.

¿En qué consiste un programa de fidelización?

Un programa de fidelización se basa en otorgarle al cliente un plus o beneficio por haberte elegido con el objetivo de lograr retenerlo. Una vez efectivizada la compra es fundamental no dejar ir al cliente que ha escogido tu marca. ¿Quién no quiere un cliente para siempre?.

El programa es una estrategia para mantener el interés y la motivación del cliente hacia tu marca.

Además de crecer en tu rentabilidad también te permitirá marcar la diferencia frente a tu competencia, lograr que el cliente elija tus productos y no otros similares en tu nicho de acción.

¿Cómo funciona el programa?

El programa funciona por medio de puntos que el cliente suma cada vez que efectiviza una compra. Luego puede canjearlos por productos o premios que le interesen.

Comenzar a invertir en dicho programa no te será de gran gasto en comparación a la inversión que haces en publicitar tu marca. Te aseguramos que el nivel de rentabilidad es superior a otras inversiones de marketing digital.

De esta forma, el cliente te volverá a elegir para no perder los puntos iniciales que ha ganado.

El secreto está en mantener el programa activo ofreciendo promociones, aumentos de canjes o la posibilidad de duplicar puntos. De esta forma el cliente siempre tendrá la ventaja de sumar puntos y ganar premios.

Entonces tendrás clientes fidelizados con poca inversión, y cada vez que ganes un cliente nuevo aplicarás la misma estrategia para incentivarlo y mantenerlo cautivo.

Beneficios

Nombraremos algunos beneficios claves a la hora de decidir aplicar un programa de fidelización:

1. El esfuerzo y el costo que te lleva retenerlos es más bajo que el que te lleva conseguirlos. En las fases iniciales de expansión siempre hay una inversión en publicidad de marca. Invertir en programas de fidelización te llevará mucho menos dinero y tiempo.
2. Es una forma efectiva de diferenciarte de tu competencia y además dejarás de luchar constantemente por otorgar el mejor precio/calidad.
3. El cliente verá cómo tu marca crece. Tendrás una relación duradera y fluida con ellos. Es muy probable que si ofreces productos de calidad el cliente vuelva a comprarte porque en su experiencia de compra puede acceder a un beneficio o plus.
4. Es una estrategia que te permite modificar tus promociones e ir alentando a tus clientes en función de los momentos que se presenten.
5. El cliente se sorprende y percibe un valor agregado a él de su compra. Esta acción mejora la imagen de tu marca y el feedback que establezcas.
6. Recomendaciones. El cliente fidelizado y satisfecho recomendará tu marca. No hay nada mejor que ganar un premio, y eso se comenta.

Esperamos que este artículo te sirva de incentivo para que, si aún no has probado en aplicar el programa de fidelización de clientes empieces hoy mismo.

Te deseamos ¡buenas ventas!