

Nace Yudonpay, la primera app 360° sobre gestión de programas de fidelización

La aplicación móvil responde a las necesidades de los usuarios y se posiciona como la primera 'wallet inteligente'. Se podrá gestionar y usar todos los programas de fidelización además de obtener información sobre puntos, cómo y dónde conseguirlos y en qué canjearlos

Según el estudio de Nielsen, el 79% de los consumidores quieren programas de fidelización flexibles, móviles y personalizados. Los 'Millennial', jóvenes de entre 20 y 35 años de edad y la 'Generación X', de 35 a 55 años, desean que los programas de fidelización tengan una aplicación móvil.

El mercado europeo está consolidado con sistemas de fidelización complejos. Más del 60% de los europeos poseen una o más tarjetas de fidelización. La mayoría de los clientes usan la metodología tradicional de escaneo de la tarjeta física en el establecimiento. En la actualidad la utilización de aplicaciones móviles es menos común aunque se está produciendo una tendencia de cambio.

En España aproximadamente el 50% de los clientes sigue usando el método tradicional de escaneo en tienda. El 25% de los españoles emplean aplicaciones móviles de programas de fidelización muy por encima de la media europea que se sitúa en el 18% y superior al 23% de media global.

Dentro de los programas de fidelización, los beneficios más demandados son: descuentos en productos (62%), incentivos en dinero (46%), productos gratis (38%) y envíos gratis (25%). Los clientes españoles eligen los productos de regalo (44%) y los gastos de envío gratis (39%) como sus opciones favoritas.

En España el volumen de ingresos estimado equivalente a los puntos generados en 2016 fue de 6.600 millones de euros produciéndose un crecimiento compuesto del mercado por encima del 15% anual.

Bajo este marco nace Yudonpay en 2016. Es una aplicación móvil desarrollada para iOS y Android que agrupa y ordena todos los clubes de fidelización en un mismo espacio facilitando la digitalización, uso en establecimientos e información necesaria para poder optimizar y utilizar de una manera real los beneficios generados. Nos conectamos con todos los programas de fidelización para saber en tiempo real cuantos puntos tienes y como puedes utilizarlos.

Es el canal necesario que da orden y transparencia en un mercado ineficiente y opaco. Establece un marco adecuado relacional entre empresas y clientes de una manera sencilla y segura dinamizando el mercado. Fomenta la captación de nuevos clientes de valor y fomenta el consumo de manera inteligente a través de algoritmos de recomendación que, de forma personalizada, permiten al usuario conocer qué usar y cuando usarlo para conseguir sus objetivos.

En la actualidad los usuarios pueden agregar más de 140 clubes de fidelización y conectar con más de 80 de ellos para saber toda su información.

Yudonpay cuenta con oficinas en Madrid.

Puede consultar más información en la página web <https://yudonpay.com>

Disponible tanto en Apple Store como en Google Play.

iOS - <http://bit.ly/2s6hGgZ>

Android - <http://bit.ly/2sjspXN>

Fuentes:

The Nielsen Global Retail Loyalty-Sentiment Survey Q1 2016, The Nielsen Global Report 2016, Colloquy y Estudio de mercado propio España Yudonpay 2016

Datos de contacto:

Javier Martínez Alarma
CMO - Chief Marketing Officer Yudonpay
910095088

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Entretenimiento](#) [Emprendedores](#) [Software](#) [Recursos humanos](#) [Consumo](#) [Dispositivos móviles](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>