

Fidelcity, software de fidelización de clientes según Fidelcity.com

El marketing digital ha creado oportunidades de crecimiento para muchos usuarios que han sufrido los efectos de la pandemia. El temor a la exposición y el crecimiento desmedido de las enfermedades, han generado fallos en el servicio continuo hacia los clientes. A su vez, la falta de audiencia ha ocasionado atrasos en el progreso de algunos emprendedores

Estos factores se han considerado con el objetivo de crear soluciones hacia las partes involucradas, arrojando como uno de los más grandes beneficios, la creación de sistemas de fidelización como FidelCity. Estos programas se encargan de mantener la frecuencia con la que un cliente acude a un servicio.

FidelCity como aliado en la fidelización de clientes

Los propietarios de tiendas físicas o de internet, se han esforzado por atraer a diferentes clientes con la aplicación de algunos métodos estratégicos. Sin embargo, el año 2020 evidenció la necesidad de reforzar las relaciones con visitantes frecuentes.

El refuerzo de estos vínculos, ha sido implementado por hoteles y aerolíneas proporcionando un modelo para comercios de diferentes categorías. Para ello, se requiere de la ejecución de softwares de fidelización como FidelCity que posee atributos para clientes como los siguientes:

Adaptabilidad

La aplicación de FidelCity como software de fidelización, puede ser conveniente para negocios desarrollados o que estén tomando un lugar dentro de la competencia comercial. De esta manera es posible proporcionar un servicio de calidad a los clientes frecuentes de cualquier tipo establecimiento.

Almacenamiento de información

Los clientes que recurren con constancia a un determinado establecimiento, merecen atención personalizada. Para hacerlo de manera eficiente, un software de fidelización puede almacenar información relevante del cliente como el consumo frecuente, presupuesto, edad y género.

Recompensas

Para mantener el interés de un cliente por más tiempo, es necesario crear sistemas de recompensas por la lealtad o preferencia que demuestren al establecimiento.

FidelCity usa el método de acumulación de puntos dentro de "Tarjetas Clientes". Algunas recompensas que se pueden otorgar por el gasto recurrente que realiza una persona dentro establecimiento, son el descuento de algunos productos o la oportunidad de participar en promociones.

Estatus

La capacidad de reunir más puntos y la aplicación de la información almacenada dentro del software, aumentará el estatus del cliente y podrá ser parte de la categoría VIP, recibir regalos o rebajas en productos de interés, entre otros beneficios que incentiven al usuario a seguir siendo parte de los clientes habituales.

Cómo fidelizar a un cliente

Los programas que atraen el interés constante de las personas, deben estar acompañados de acciones que muestren el esfuerzo del vendedor. Algunas recomendaciones para lograr la fidelidad de un cliente son:

Atención personal

Implica crear cercanía con un comprador frecuente al entablar conversaciones naturales y llamarlo por su nombre. La atención amigable mantiene la constancia de los clientes y atrae a nuevos visitantes.

Superar expectativas

Las personas que acuden a un establecimiento o tienda virtual, buscan satisfacer la necesidad que presentan. Al obtener más de lo que esperan en la primera compra, crean una preferencia por la marca y atención que obtuvieron.

Aceptar sugerencias

Los productos y servicios pueden ser mejorados mediante las sugerencias de un cliente. El propietario que las acepta, podrá progresar como vendedor y obtendrá un comprador habitual.

Beneficios en la fidelización de clientes

Muchas empresas, tiendas digitales y establecimientos físicos, han visto la importancia de contar con la lealtad de clientes habituales en lugar sólo de atraer a nuevos compradores. Los softwares que han utilizado para mejorar tal experiencia les ha generado los siguientes beneficios comerciales:

Incremento de ventas: al ofrecer beneficios por comprar de manera frecuente, las ventas aumentan sin la necesidad de adquirir nuevos clientes.

Estimula el crecimiento comercial: el éxito de los sistemas de fidelización ha sido comprobado por diferentes comercios a nivel mundial que han progresado.

Genera clientes felices: los clientes habituales se sienten satisfechos al recibir recompensas por cada compra que realizan en un comercio.

Datos de contacto:

Alvaro Lopez Para

629456410

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

Categorías: [Nacional Marketing E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>