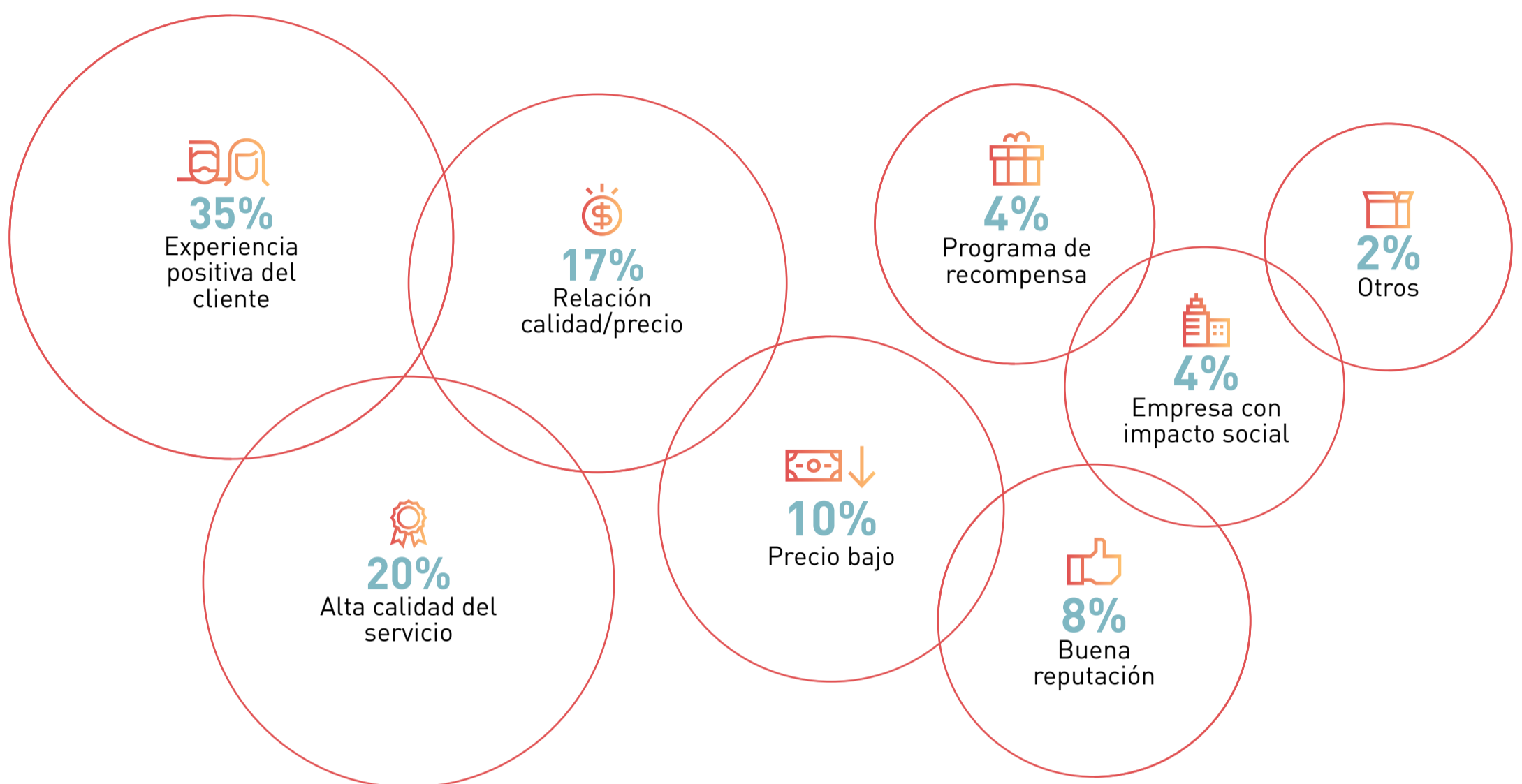


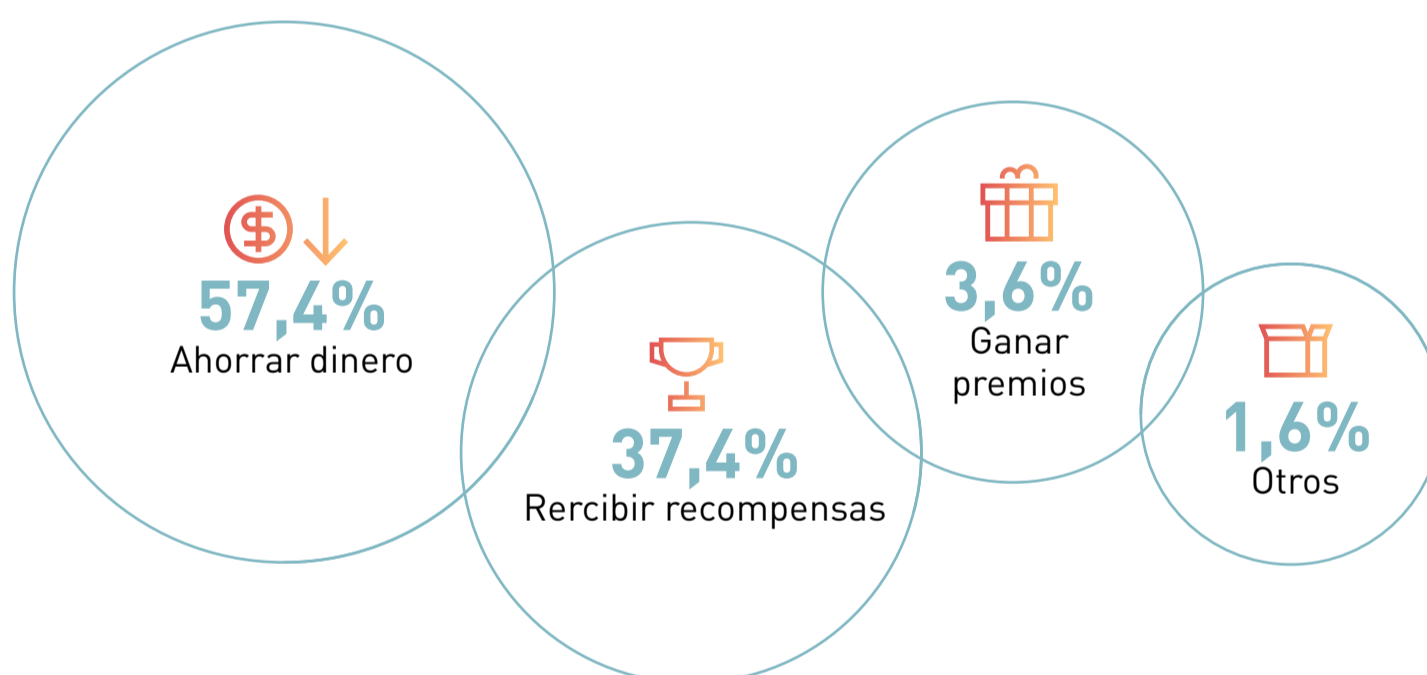
EL ÉXITO EN LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN EN COALICIÓN*

La participación de varias marcas en acciones de fidelización conjuntas, frente a los individuales, **proporcionan** una visión más profunda y útil del cliente. Suponen un recurso fundamental para conseguir la atención y la permanencia de los clientes en su relación con las marcas.

¿Qué factores hacen que un usuario sea leal a una empresa?



¿Qué elementos ayudan a que un usuario sea leal a una empresa?



¿Cómo tener éxito en un programa de fidelización en coalición?



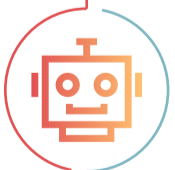
¡ADÁPTATE!

- Crece con los cambios y adáptate a las **condiciones del mercado** y a las **necesidades de los usuarios**.
- **Aprenda de los demás**: lo que funciona y lo que no.
- **Prueba tu programa** con un nicho y, cuando estés seguro extiéndelo.



¡VIGILA!

- **Analiza** en todo momento **los patrones de actividades de tus usuarios** y adelántate a sus necesidades, para dirigir su participación de la manera más efectiva para tu negocio.
- **Usa incentivos** para crear conductas y actividades deseadas.
- Asegura a los usuarios la **total privacidad** de su información.



¡PERSONALIZA!

- Analiza los datos de tus usuarios para **identificar sus preferencias**.
- Ofrece una **experiencia personal** para que la compartan con los más cercanos.
- Diseña un **programa novedoso**, divertido, especial... Diferente a todos.



¡EMOCIONA!

- Diseña un **programa fresco**, intuitivo y divertido para participar.
- **Combina diferentes tácticas** para conseguir que completar tareas en el programa sea adictivo.
- Usa los datos de actividad y los comentarios de los usuarios para comprender qué **recompensas** entusiasman a los usuarios.

*Datos obtenidos de la Cátedra de Fidelización Travel Club de IE Business School extraídos del estudio "Unidad y Diversidad: factores que proporcionan el éxito en los programas de fidelización en coalición".