

Tipos de clientes

LOS PROGRAMAS DE FIDELIZACIÓN.

Los programas de fidelización son una serie de acciones comerciales dirigidas a conservar la lealtad de los mejores clientes a través de recompensas económicas y emocionales.

Las características que suelen tener los mejores programas de fidelización son:

- Creatividad.
- Originalidad y diferenciación frente a los programas de los competidores.
- Solicitan el permiso del cliente para su inclusión en él.
- Aportan las mayores gratificaciones a los mejores clientes.
- Individualizados.

Los programas de fidelización más importantes que podemos encontrarnos son:

1. Regalos: mediante este programa se recompensa la fidelidad de los mejores clientes con de regalos. Se pueden lograr los regalos por alcanzar un volumen de compras, por rebasar la duración de la relación comercial o por realizar un esfuerzo de compra considerable.

2. Descuentos: aplican descuentos del precio de compra para galardonar un volumen de un cliente fiel. El descuento puede ser un porcentaje o una cantidad fija del precio.

3. Cupones: a través de este programa se recompensa la lealtad del cliente entregándole cupones o vales según el volumen de compra, la duración de la relación o el esfuerzo realizado. Estos cupones permiten conseguir en la siguiente acto de compra productos o servicios especiales gratis, descuentos o regalos.

4. Eventos: gracias a este programa se organizan actividades sorpresivas para los mejores clientes a través de los cuales se pretenden resaltar los vínculos emocionales. Los eventos más relevantes son viajes, comidas, invitaciones a espectáculos, invitaciones a ferias, seminarios o encuentros empresariales, actividades deportivas y concursos.

5. Financiación: estos programas ofrecen facilidades al cliente en el abono de sus compras, mediante aplazamientos del pago ya sean parciales o totales.

6. Formación: consisten en desarrollar cursos de formación gratuitos para los mejores clientes sobre el uso o disfrute del producto, materias relacionadas con la profesión de los compradores o actividades de ocio.

7. Publicaciones: permiten mantener el contacto y compartir información relevante con los clientes. Las publicaciones más relevantes son las revistas, los sitios webs o los resúmenes de noticias en correos electrónicos.

8. Tarjetas de fidelización: estos programas usan tarjetas para identificar a los clientes. Premian a los usuarios por sus compras con regalos, descuentos y otros beneficios, que suelen estar relacionados con el volumen de compras o la frecuencia de consumo. Para alcanzar el éxito con este programa se recomienda:

- Revitalizar la imagen de exclusividad para los clientes.
- Incentivar el uso de la tarjeta.
- Facilitar la obtención de los premios.
- Complementar estos programas con otros programas de fidelización.

9. Club de clientes: consiste en crear una comunidad de clientes preferentes, los cuales tienen acceso a una serie de ventajas y privilegios como la prestación de un servicio preferencial, regalos, descuentos y mayor información sobre los productos. El club es el programa de fidelización más completo ya que normalmente se combina con otros programas, como las tarjetas, las publicaciones, los regalos y los descuentos.