



FIDELIZA

Plan de Fidelización de Establecimientos Asociados

1. INTRODUCCIÓN.

Fideliza es una plataforma que permite la fidelización conjunta de un grupo de comercios asociados.

El sistema acelerará el camino hacia la digitalización del comercio de proximidad, de una forma muy sencilla e intuitiva. La plataforma digitaliza los descuentos que se hacen en un comercio, pudiendo canjearlos luego en cualquier otro.

2. VENTAJAS Y BENEFICIOS.

2.1 Ayuda en la toma de decisiones.

La plataforma permite medir una serie de KPI's con los que saber cómo se encuentra un establecimiento, estableciendo comparativas por meses, por zonas de procedencia de los clientes, por consumos, por tickets medios, ...



2.2 Aumento de la financiación de la Asociación.

La plataforma cuenta con una bolsa común que gestiona la Asociación.

Los consumidores realizan muchas operaciones de acumulación hasta que deciden canjear los saldos que tienen

Este diferencial, desde que acumulan hasta que canjean, al sumar los miles de clientes, hacen que la Asociación disponga de una financiación continua, pudiendo eliminar las cuentas de créditos con las entidades financieras.



2.3 Mayor rentabilidad de las inversiones publicitarias.

La plataforma permite medir el resultado de una determinada campaña. Esto junto con la comunicación de la misma, proporciona la información de las personas que han respondido y analizar su comportamiento.



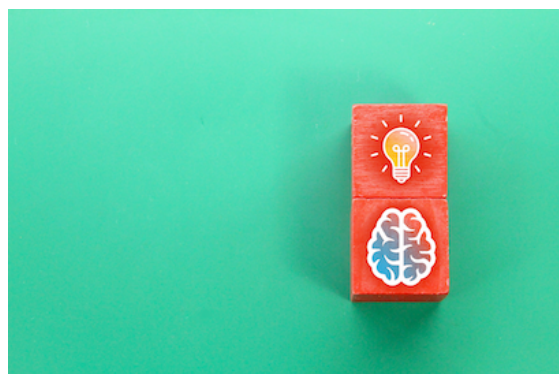
2.4 Incremento de los ingresos por cuotas.

La plataforma permite incrementar en más de un 50% los ingresos de la Asociación, sin que los asociados se sientan molestos por ello. Es un gasto variable. Se paga más cuando mejor le van las ventas al comercio.



2.5 Mejora de la experiencia de compra del cliente gracias a las campañas.

En el momento más duro del proceso de compra, cuando el cliente se acerca a la caja para efectuar el pago y comienza a trabajar su parte racional del cerebro, con una planificada gestión de las campañas de premios que ofrece la Plataforma, se consigue activar la parte emocional del cliente.



2.6 Crear un canal de comunicación propio.

Con todos los datos que se tienen de los clientes se pueden crear canales de SMS, mail, Whatsapp, ...



2.7 Incrementar el valor de la Asociación para conseguir acuerdos con partners.

Cuando se alcanza un volumen de datos de varios miles de clientes, la plataforma se convierte en el mayor canal de comunicación de la ciudad. Esto permite, por ejemplo, comercializar los datos, llegar a acuerdos con *partners* con los que a cambio del envío de una comunicación vía mail, regalen productos o servicios entre los clientes que compren en una determinada fecha. La herramienta dispone de distintos tipos de sorteo en tiempo real, diferido, por un determinado importe de compra, a los primeros que efectúen una compra, etc.



2.8 Mejora de la comunicación con los clientes.

La plataforma permite la creación de distintos *targets* de clientes a los que comunicar mensajes diferentes (más eficiente que la publicidad que habitualmente se hace en medios generalistas). Por ejemplo: elegir un grupo de mujeres, entre 45-55 años, con hijos, con un determinado tique medio y que solo compra los jueves.



2.9 Fortalecimiento de imagen común como zona de compras.

La plataforma permite fortalecer los vínculos de los clientes con los comercios y con la zona comercial.



2.10 Toma inmediata de decisiones del comerciante en tiempo real.

Mediante un sistema de colores, de una forma muy intuitiva, se clasifica a los clientes para saber en qué lugar está dentro de la pirámide de valor, tanto en su comercio, como en toda la zona comercial. Esto le permite tomar decisiones en tiempo real sobre la política de descuentos.



2.11 Fortalecimiento del asociacionismo.

El hecho de que se compartan los descuentos contribuye a transmitir una mejor imagen de la zona comercial y una mayor unión entre todos los asociados. Se incrementa el concepto de madurez asociativa.

La Plataforma permite incrementar la profesionalización de la gestión y por tanto la imagen de la gerencia ante los asociados.



2.12 Cada asociado puede establecer su política propia de fidelización.

Además de la estrategia de fidelización de toda la Asociación, el sistema permite a cada asociado establecer otro nivel de acumulación de descuentos, en este caso para que los clientes utilicen ese saldo solo en el establecimiento, pudiendo elegir a qué clientes, en qué productos o en qué épocas del mes o del año.



2.13 Incremento del valor de la Asociación (BIG DATA).

La ingente cantidad de datos de los clientes que la plataforma genera, va a incrementar el valor de la Asociación.



2.14 Tarjetas regalo. Incrementar las ventas de los asociados.

El sistema permite a cada establecimiento hacer sus propias tarjetas regalo y también permite hacer las tarjetas desde la Asociación para que puedan ser empleadas en cada establecimiento. Esto mejora la imagen del comercio, sustituyendo los vales regalo en papel.



3. DISEÑO DEL SOFTWARE.

Cada Asociación dispone de una BBDD y dirección web únicas.

Se aloja la plataforma en un servidor dedicado en OVH (proveedor de alojamiento web y telecomunicaciones francés), sin que esto suponga la pérdida del dominio actual.

La web a la que se conecta el establecimiento y el administrador (área privada) están desarrollados siguiendo los estándares de HTML5 y adaptable a su visualización en cualquier dispositivo (*responsive*).

Se utilizan lenguajes de programación añadidos: PHP, JQuery y Javascript.

La base de datos es MySQL con encriptación de datos sensibles Algoritmo SHA-1.

La Plataforma dispone de dos roles de acceso:

- Administradores de la Plataforma.
- Establecimientos adheridos.

Cada establecimiento dispone de un número de usuarios con distintos niveles de acceso a las funcionalidades. El login se establece con un e-mail y clave.

4. FUNCIONALIDADES.

4.1 ESTABLECIMIENTOS.

La opción de acceso inicial es a la pantalla de fidelización.



Acumular + Canjear - Imprimir Nuevo Cliente Nueva tarjeta Regalo Cambiar Tarjeta

TARJETA DE CLIENTE

Pase la tarjeta por el lector

Para realizar una operación se introduce el NIF del cliente.

Se visualiza la información básica del cliente: Saldos, Nombre, ...

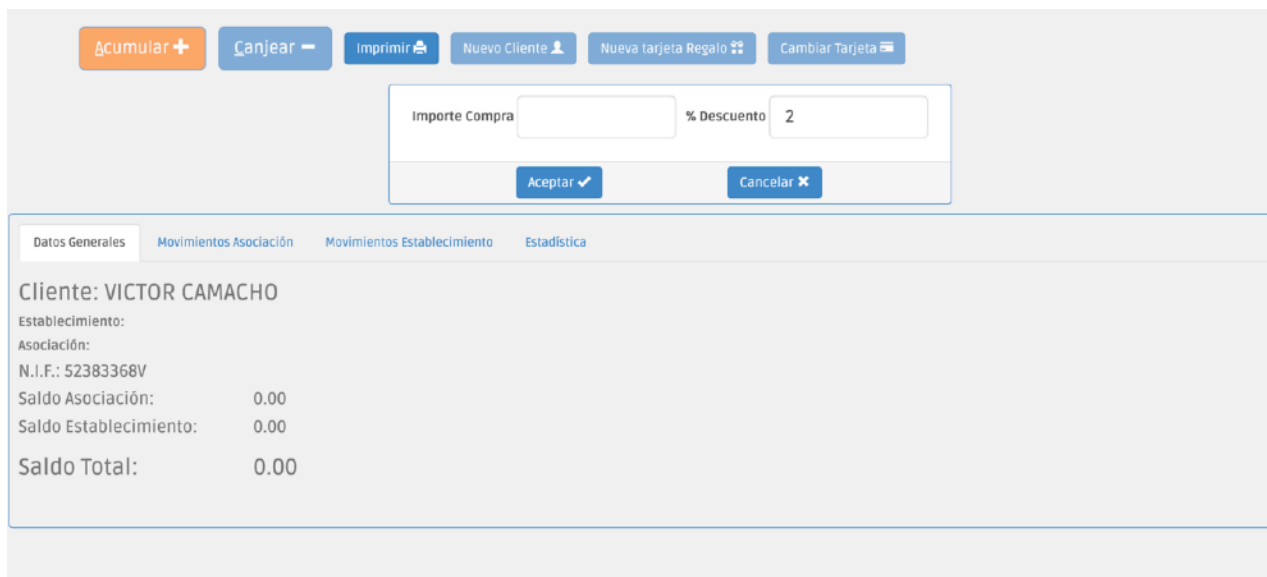


The screenshot shows the FIDELITY system interface. At the top, there are buttons: "Acumular +", "Canjear -", "Imprimir", "Nuevo Cliente", "Nueva tarjeta Regalo", and "Cambiar Tarjeta". Below these is a tabbed menu with "Datos Generales", "Movimientos Asociación", "Movimientos Establecimiento", and "Estadística". The "Datos Generales" tab is selected, displaying the following information:

Cliente: VICTOR CAMACHO
Establecimiento:
Asociación:
N.I.F.: 52383368V
¡ATENCIÓN! El cliente es la primera vez que viene a CIUDAD DEL COMERCIO
Saldo Asociación: 0.00
Saldo Establecimiento: 0.00
Saldo Total: 0.00

At the bottom left, there is a "Volver" button.

ACUMULACIÓN.



The screenshot shows the FIDELITY system interface with the accumulation process. The top buttons are the same as in the previous screenshot. A modal window is open for inputting purchase details:

Importe Compra % Descuento 2

At the bottom of the modal are "Aceptar" and "Cancelar" buttons. Below the modal, the same tabbed menu is visible, with "Datos Generales" selected, showing the same customer information as before:

Cliente: VICTOR CAMACHO
Establecimiento:
Asociación:
N.I.F.: 52383368V
Saldo Asociación: 0.00
Saldo Establecimiento: 0.00
Saldo Total: 0.00

Se teclea el importe de compra para la acumulación en el saldo de la asociación.

Acumular +

Canjear -

Imprimir

Nuevo Cliente

Nueva tarjeta Regalo

Cambiar Tarjeta

% Descuento Establecimiento

1

Aceptar

Cancelar

Datos Generales

Movimientos Asociación

Movimientos Establecimiento

Estadística

Cliente: VICTOR CAMACHO

Establecimiento:

Asociación:

N.I.F.: 52383368V

Saldo Asociación: 1

Saldo Establecimiento: 0.00

Saldo Total: 1.00

Posteriormente se puede introducir el descuento propio del establecimiento (opcional). Este descuento se puede configurar en función del grupo al que el cliente fue asignado por el establecimiento.

Finalmente se muestra el importe acumulado y se puede envía por mail un justificante para el cliente.

Acumular +

Canjear -

Imprimir

Nuevo Cliente

Nueva tarjeta Regalo

Cambiar Tarjeta

Datos Acumulación

Datos Generales

Movimientos Asociación

Movimientos Establecimiento

Estadística

Importe Compra: 100.00

% Descuento Asociación: 1.00

Importe Acumulado Asociación: 1.00

% Descuento Establecimiento: 1.00

Importe Acumulado Establecimiento: 1.00

Volver

CANJE.

Acumular +

Canjear -

Imprimir

Nuevo Cliente

Nueva tarjeta Regalo

Cambiar Tarjeta

Datos Canje

Datos Generales

Movimientos Asociación

Movimientos Establecimiento

Estadística

Importe Compra:

100.00

Importe Canjeado Establecimiento:

100.00

Volver

Datos Generales

Movimientos Asociación

Movimientos Establecimiento

Estadística

Cliente: VICTOR CAMACHO

Establecimiento:

Asociación:

N.I.F.: 52383368V

Saldo Asociación: 101.50

Saldo Establecimiento: 951.50

Saldo Total: 1053.00

Se ha de introducir el importe de la compra y el importe que el cliente quiere canjear.

NUEVO CLIENTE.

Nuevo Cliente

*Código Tarjeta

Teclee el código de la tarjeta (1 a 20 caracteres)

*NIF

Teclee el N.I.F.

*Nombre

Teclee el nombre

*Apellidos

Teclee los apellidos

*Calle

Teclee la calle del cliente

*Número

Número/piso/puerta/escalera

*Localidad

Teclee la localidad del cliente (1 a 255 caracteres)

Código Postal

Teclee el código postal

Provincia

ALAVA

* Campos Obligatorios

Aceptar ✓

Cancelar ✕

Se da de alta al cliente con los datos mínimos requeridos (configurables).

TARJETA REGALO.

Nueva Tarjeta Regalo

*Nueva Tarjeta

Pase la nueva tarjeta del cliente

*Importe Tarjeta

0

* Campos Obligatorios

Aceptar ✓

Cancelar ✕

La plataforma permite la creación y gestión (canje) de tarjetas regalo.

Estas son en definitiva las funcionalidades de uso recurrente por parte de establecimiento para gestionar la fidelización con los clientes.

RESUMEN DE CAJAS.

Mediante esta opción, el establecimiento puede consultar las operaciones de acumulaciones y canjes para cuadrar con su programa de venta.

Excel

PDF

Imprimir

Mostrando 10 registros por página

Mostrando página 30 de 30 (295 Cajas)

Anterior

1

...

26

27

28

29

30

Siguiente

Buscar:

Fecha	Importe Recargas	Importe Recargas Premios	Importe Cobros
2017-03-17	0.42	0.00	0.00
2017-04-06	1.32	0.00	0.00
2017-06-20	0.06	0.00	10.69
2017-11-16	0.08	0.00	21.39
2018-10-27	0.14	0.00	29.16
Importes de Recargas: 2.02€ (564.97€)			
Importes de Recargas de Premios: 0.00€ (275.00€)			
Importes de Cobros: 61.24€ (471.33€)			

ESTADISTICAS.

El establecimiento dispone una batería de estadísticas de consulta por días de la semana, meses, sexo, profesiones, localidades, etc.



CONSULTA DE MOVIMIENTOS.

Desde esta opción se pueden consultar el detalle de los movimientos realizados en un rango de fechas.

Excel PDF Imprimir Mostrando 10 registros por página

Mostrando página 5 de 1,261 (12,609 Movimientos)

Anterior 1 ... 4 5 6 ... 1261 Sigue

Registro	Establecimiento	Fecha	Hora	Tipo		Importe Compra	Importe Operación	Saldo
150267	DEPORTES GARIN	2017-02-16	17:21:21	CANJE	ESTABLECIMIENTO	57.5	1.6	0
150268	DEPORTES GARIN	2017-02-16	17:21:33	ACUMULACION	ASOCIACION	51.15	0.51	0.51
150269	DEPORTES GARIN	2017-02-16	17:21:41	ACUMULACION	ESTABLECIMIENTO	51.15	0.51	0.51

4.2 ADMINISTRADOR

El usuario administrador tiene acceso a todos los establecimientos incluyendo la creación y modificación de los datos de los mismos.



Editar Establecimiento

*NIF: 1111

*Nombre Comercial: DEPORTES LOPEZ

*Razón Social: DEPORTES LOPEZ SL

*Contacto: Teclee la/s persona/s de contacto del establecimiento (1 a 255 caracteres)

*Dirección: Teclee la dirección del establecimiento (1 a 255 caracteres)

*Localidad: FIGAROL

Provincia: ORENSE

Dirección Fiscal: Teclee la dirección fiscal o déjela en blanco si coincide con la dirección del establecimiento

Localidad Fiscal:

* Campos Obligatorios

Aceptar ✓ Cancelar ✕

También tienen la opción de acceder, crear y editar los clientes del sistema y archivos auxiliares como zonas comerciales, aficiones, etc.

- Clientes
- Establecimientos
- Cal lejero
- Localidades
- Provincias
- Países
- Actividades establecimientos
- Profesiones
- Zonas comerciales
- Zonas de clientes
- Grupos establecimientos
- Aficiones / Preferencias
- Generar Tarjetas
- E-mails erróneos

CAMPAÑAS.

La plataforma contempla la creación de múltiples campañas de ayuda a la fidelización de clientes.




- Acumulación € tarjetas
- Campañas tarjetas regalo
- Compra en un nº de est.
- Sorteo de regalos
- Campañas de puntos
- Participaciones sorteos
- Devolución importe compra
- Sorteo Horas de parking
- Vales para parking
- Acumulacion directa

Nueva Campaña +
Ver Ayuda

Excel PDF Imprimir
Mostrando 10 registros por página

Mostrando página 1 de 5 (44 Campañas)

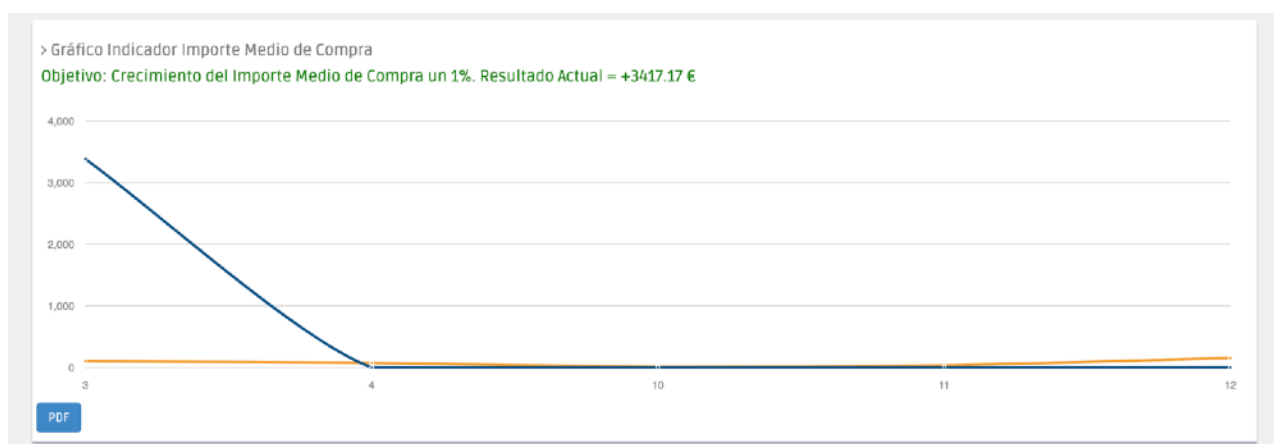
Anterior
1 2 3 4 5
Siguiente

Código	Nombre	Inicio	Fin	Número de Premios	Premios Entregados	Importe	Probabilidad	Límite Premios Establec.	Límite Premios Día	
303	MICROPREMIO 10 EUROS	2011-12-02	2012-01-06	300	300	10	25	0	0	  
603	FERIA DEL STOCK	2013-03-01	2013-03-03	14	14	3	100	0	0	  

En todas las campañas se pueden segmentar los establecimientos participantes, ponderar la cantidad de premios en función del volumen de operaciones de los establecimientos, etc.

ESTADÍSTICAS.

La batería de estadísticas es mayor que las de los establecimientos y permiten el filtro por un establecimiento concreto.



CONSULTA DE MOVIMIENTOS.

Desde esta opción se pueden consultar el detalle de los movimientos realizados en un rango de fechas.

REMESAS.

La plataforma genera automáticamente en el período configurado las remesas de acumulaciones (Q19) y de canjes (Q34).

Nueva Remesa +

01/01/2017

31/12/2022

Filtrar

Excel

PDF

Imprimir

Mostrando 10 registros por página

Mostrando página 1 de 19

Anterior

1

2

3

4




5

...

19

Siguiente

Buscar:

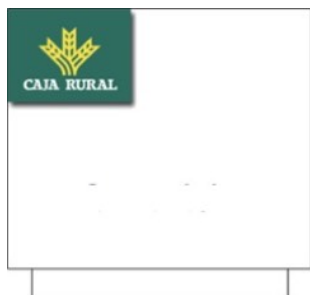
Código	Fecha	Fecha Cargo	Recibos	Importe	Imp. Anul.	Autogestión	Imp. SMS	Imp. E-Mailing	
1059	2017-01-04	2017-03-29	56	384.48	0	373.04	0	0	
1060	2017-01-11	2017-01-11	54	243.98	0	237.23	0	0	
1061	2017-01-18	2017-01-18	48	145.02	0	142.01	0	0	

El administrador solamente tiene que subir el fichero generado a la banca electrónica.

De esta forma se establece el flujo monetario de los establecimientos hasta la cuenta común de la Asociación.

FLUJO MONETARIO. EXPLICACIÓN.

La Asociación pone a disposición del Sistema una Cuenta Bancaria que aglutina las operaciones realizadas en los establecimientos.



CUENTA ASOCIACIÓN

Los establecimientos han de tener una Cuenta Bancaria registrada en la Plataforma Fideliza.

El sistema totaliza los importes de los descuentos realizados por cada establecimiento (acumulaciones) durante un periodo de tiempo (día, semana, ...).



(Se genera una remesa de recibos Q19 para cada establecimiento)

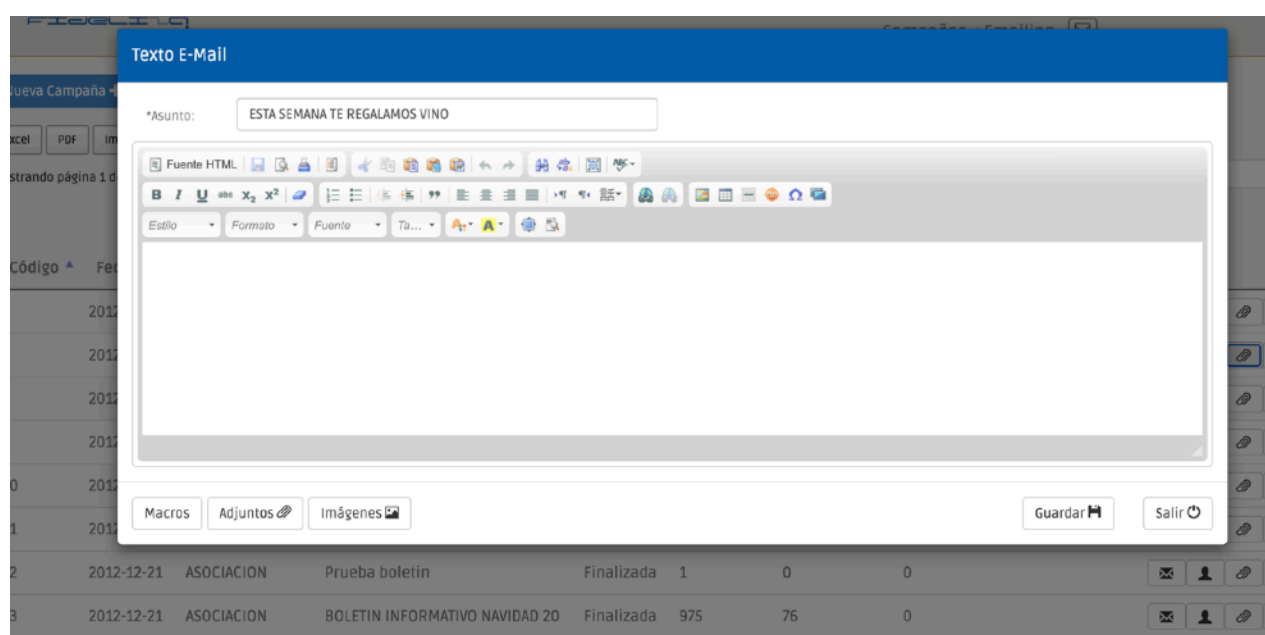
El sistema totaliza los importes de los canjes realizados por cada establecimiento durante el mismo periodo de tiempo.



(Se genera una remesa de recibos Q34 para cada establecimiento)

COMUNICACIÓN.

Fideliza provee de la herramienta para generar campañas masivas de emailing y/o SMS, incluyendo la creación del mensaje y segmentación de clientes.



PARAMETRIZACIÓN.

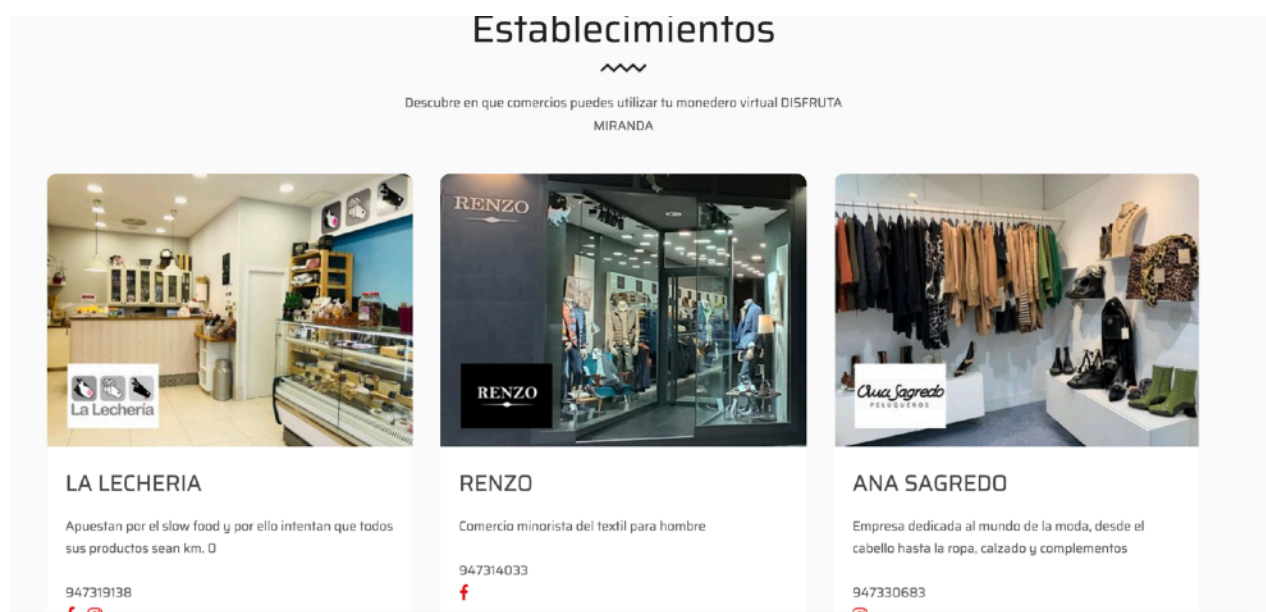
La Asociación puede configurar los descuentos (mínimos y máximos), caducidad de los saldos, % de autogestión, ...

Datos Asociación	Descuentos/Importes Mínimos de compra/Autogestión	Tarjetas/Activación de Cliente	Remesas	Avisos Especiales/SMS/E-mailing	Indicadores	Plantillas E-mail	Logo
Descuento Mínimo Asociación					1 %		
Descuento Máximo Asociación					1 %		
Importe Mínimo de Compra para Acumular					Indiferente		
Importe Mínimo de Compra para Canjear					Indiferente		
Descuentos Genéricos de Asociación					Activado		
Descuentos propios de Establecimientos					Activado		
Permitir cancelar la operación de Descuento Propio					Desactivado		
Acumulación del 100% de la compra tras canjear					Desactivado		
Descuento por Tramos de Compra					Desactivado		
Descuento por días de la semana					Desactivado		
Comisión de Autogestión					Activado -- 1%		
Autogestión de Canjes					Desactivado		

[Editar](#)

5. WEB.

Como complemento a la plataforma de Fidelización, la asociación puede gestionar la web dónde se publicitarán todos los establecimientos y los clientes podrán darse de alta en el sistema.





Todos los Banners, imágenes, texto y geolocalización de los establecimientos se gestionan desde el área privada del Administrador de la Plataforma de Fidelización.

1

2

3

4

Protección de Datos y Condiciones de Uso

Datos Básicos

Otros Datos

Notificaciones

Datos Básicos

*NIF

Teclee su N.I.F.

*Nombre

Teclee su nombre

*Apellidos

Teclee sus apellidos

*E-mail

Teclee su e-mail

*Localidad

Teclee su localidad

Teléfono Móvil

Teclee su teléfono móvil

Anterior

Siguiente

Además del alta de nuevos clientes, los ya existentes pueden consultar su saldo, movimientos y caducidades desde el área privada de esta página web.

