

PRESENTACIÓ DEL PROGRAMA DE FIDELITZACIÓ



a ondara sempre més

més per la teua economia
més per la teua ciutat
més per Tú



**SOLUCIÓ A LA CRISI ENTRA
TOTS ELS DIES PER LA PORTA DEL TEU
COMERÇ EN FORMA DE
CLIENT**

“L'ACTUAL SITUACIÓ ECONÒMICA OBLIGA A REACCIONAR POSANT EN PRÀCTICA SISTEMES QUE ACTIVEN EL CONSUM EN EL COMERÇ URBÀ ASSOCIAT I RETINGUEN I FIDELITZEN A CLIENT PER MITJÀ **D'ELEMENTS DIFERENCIADORS DE LA COMPETÈNCIA**”.

**Els tens localitzats?
què saps d'ells?
coneixes preferències?**



OBJECTIUS



OBJECTIUS



- **Activar el consum en el comerç urbà associat i retindre el client per mitjà d'elements diferencials**
 - **Substituir el Descompte directe, com a sistema tradicional d'atracció i fidelització**
 - **Exercitar la tècnica de GUANYAR-GUANYAR (si guanya el client, guanya el comerç)**
- Si el client vol descomptes: utilitzem un sistema que ens ho permeta
 - Si el client vol benefici a canvi de compres: donem-li valor afegit
 - Si el client vol un servei personalitzat: demanem informació



OBJECTIUS

**BUSCAR ELS MÀXIMS AVANTATGES PER ALS
AGENTS IMPLICATS
COMERCIANTS / ASSOCIACIONS / CLIENTS**



Avantatges per al Comerç

- Els descomptes repercutixen en el propi comerç
- El client percep un benefici per comprar en la teua botiga
- La competència necessita més temps per a reaccionar que amb el descompte directe
- Aconseguixes informació dels teus propis clients i dels seus hàbits de compra per a fer-los promocions exclusives
- Gestió de múltiples perfils de clients per a fidelitzar
- Targeta regal de cada comerç
- Campanya de màrqueting i publicitat per al Comerç



OBJECTIUS

Avantatges per a les associacions de comerciants

- Cobertura a tot tipus de comerç associat
 - Espònsor de la targeta
 - Sinergia amb el Comerç associat
 - El sistema permet emetre targeta regal dels associats
 - Campanya de màrqueting i publicitat per a l'Associació
 - El sistema emet informes que creuen, producte amb perfil del consumidor. (no volum de vendes).
- L'encreuament d'estes dos variables ens permetria dissenyar campanyes de fidelització del comerç local.



OBJECTIUS



Avantatges per als clients usuaris de la targeta

- Descomptes especials en multitud de comerços
- Percep beneficis a canvi de compres en el comerç associat
- Tracte més personalitzat: Campanyes enfocades als seus gustos i hàbits de compra
- Targeta regal



Pla de comunicació



OBJECTIUS DEL PLA



S'establix un pla de comunicació que busca la plena satisfacció de les Parts implicades en el procés de Implantació de la targeta de fidelització

- **ASSOCIACIÓ LOCAL**
- **COMERCIANTS ADHERITS**
- **CLIENTS USUARIS**



OBJECTIUS DEL PLA

ASSOCIACIÓ LOCAL

- Oferir una ferramenta eficaç als seus comerços associats
- Potenciar la seua imatge de marca
- Obtindre un alt nivell de notorietat
- Demanar informació de la realitat
- Disposar d'una ferramenta de promoció permanent

COMERCIANTS ADHERITS

- Disposar d'una ferramenta senzilla
- Adaptada als seus interessos individuals
- Demanar informació dels seus clients
- Obrir noves possibilitats de màrqueting directe
- Participar dels avantatges d'un projecte global



OBJECTIUS DEL PLA



CLIENTS USUARIS

- Accedir a una única targeta de valor afegit
- Facilitar les seues compres per mitjà de les targetes regal
- Participar de les promocions de l'Associació de comerciants
- Sentir-se partícipe dels valors del comerç de la seua ciutat



LA MARCA



La marca tè el concepte de "*sempre més*",

- de **més** avantatges,
- de **més** continuïtat,
- de **més** VALOR AFEGIT

Va unit a l'eix de comunicació ja que compartix el missatge amb els conceptes

Sempre donant-me **més** al fer les meues compres

Sempre **més** en la meua ciutat

JO experimente molt **més** possibilitats



