

Motor de Puntos

El diseño modular de Net Loyalty lo hace adaptable a cada instalación, escalable y fácil de integrar con otras aplicaciones.

El motor de puntos **ofrece a su departamento de marketing la posibilidad de definir de todo tipo de campañas.**

Las campañas son definidas en el sistema por los propios usuarios de marketing, y están operativas desde el primer momento.

La asignación de los puntos a las cuentas de usuario se realiza ejecutando los procesos periódicos fijos, sin necesidad de redefinirlos cada vez que se pone en marcha una nueva promoción o campaña:

- ✦ Campañas por fechas o rangos horarios
- ✦ Campañas por titulares de tarjetas
- ✦ Campañas por comercios colaboradores
- ✦ Asignación de puntos fijos, porcentajes, puntos fijos más porcentajes.
- ✦ Posibilidad de restricciones entre campañas
- ✦ Posibilidad de exclusiones entre campañas

El motor de puntos y NetLoyalty están desarrollados sobre **plataforma Web** (Internet, Intranet)

El tiempo estimado de puesta en marcha del Motor de Puntos, dependiendo de la envergadura y requisitos de su empresa, puede oscilar entre cuatro y ocho semanas.

A decorative graphic at the bottom of the page featuring a blue and orange color scheme. It includes a globe, binary code (0s and 1s), and a grid pattern.

Descripción del producto www.netloyalty.com



Motor de Puntos

Permite definir una política amplia y adaptable de utilización y redención de puntos.

Para comprender las ventajas que su empresa puede obtener con el uso del motor de puntos y extraer el máximo partido, debe conocer cada una de las posibilidades que ofrece:

Operaciones con respecto a los Titulares de Tarjetas

El producto Netloyalty permite anticipar y dirigir las necesidades y hábitos de consumo de los titulares de tarjetas mediante la creación de campañas o promociones en función de una serie de características como son:

1.- Perfil del Titular: campañas que dependen de una serie de características intrínsecas al titular como puedan ser la edad, fecha de nacimiento, población, provincia, códigos postales, etc

2.- Utilización de la tarjeta: campañas que dependan de la utilización que el titular haga de su tarjeta, como por ejemplo, campañas de bienvenida, primera utilización de la tarjeta en un comercio, número de veces por mes, etc.

La gran ventaja del sistema Netloyalty es que en la definición de una campaña ya se elige el objetivo de la misma (lo que en Marketing se denomina "Target")

Asimismo, en una única campaña o promoción, además de elegir el perfil del "Target" de la misma, se definen las reglas que va a seguir ésta para asignar los puntos, que pueden ser diferentes según las condiciones que quiera definir el departamento de marketing de la empresa.

Estas reglas pueden ser de muy distintos tipos:

- ≧ Fijo (X puntos por transacción)
- ≧ Porcentuales (% por transacción)
- ≧ Fijo más porcentaje
- ≧ Porcentaje + porcentaje (Un porcentaje de los primeros X euros de la transacción y un porcentaje diferente para el resto)
- ≧ Cualquier fórmula de asignación de puntos que puede ser definida en la administración de fórmulas

Operaciones con respecto a los Comercios Asociados

El producto Net Loyalty y el motor de puntos permiten colaborar con los comercios de la propia empresa o comercios de empresas externas asociados al programa de fidelización, a través de ofertas de campañas especiales por comercios, con el fin de fidelizar desde el primer día y con constantes iniciativas a los potenciales clientes.

Estas campañas pueden estar orientadas a:

- ≧ Comercios.
- ≧ Fechas, días, rangos horarios.
- ≧ Grupos de clientes específicos.
- ≧ Aportaciones extras y especiales.



¿Cómo definir una promoción?

Las promociones pueden ser definidas dinámicamente, cada una de ellas con una fecha de inicio y finalización.

Para crear una promoción o promociones, se utilizan los siguientes elementos:

Métodos de Cálculo

Definen cómo se van a calcular los puntos en la promoción. Por ejemplo: Porcentaje del importe de la transacción.

Condiciones

Permiten definir qué condiciones debe cumplir el cliente para que se le aplique cada promoción. Por ejemplo, tener más de 60 años.

Calendarios

Permite definir en que días o períodos horarios se va a aplicar una promoción.

Precedencias

Permiten definir exclusiones, en caso de que, según las promociones definidas, a una misma transacción le corresponda aplicar puntos en base a:

- Dos o más promociones.
- Dos o más calendarios.
- Dos o más métodos de cálculo.

Las exclusiones se pueden definir de forma que aplique la promoción que calcule el mayor número de puntos, (o la que calcule el menor número de punto).

¿Cómo Implantar NetLoyalty?

El motor de puntos Net Loyalty está preparado para adaptarse a las necesidades de su empresa y de sus clientes.

Nosotros le ayudaremos a implantarlo, a sacar el máximo rendimiento, haciendo que el impacto de tener en su sistema una nueva aplicación sea el mínimo y, además, positivo.

Podemos hacer que sus propios empleados deseen participar y extender su programa de fidelización, incitando al uso y a la adhesión de nuevos clientes al programa.

Para ello le ofrecemos personalización y formación.

Personalización

Nuestro equipo de analistas y desarrolladores le asesora y realiza la personalización de la gestión del programa, así como la integración del motor de Puntos con su propia aplicación informática.

Formación

Nuestro departamento de formación le proporciona la formación necesaria para la fidelización óptima de sus clientes y le ayuda en la formación y motivación de sus propios empleados.

Madrid

C/ Ronda de poniente, 2 - 1ºm
28760 Tres Cantos
Tlf +34 91 8040625
Fax +34 91 8037694

Córdoba

Plaza Rarrón y Cajal, 1
14003
Tlf +34 957 484238
Fax +34 957 491397

Barcelona

C/ Sepúlveda, 65
08015
Tlf +34 93 4233799
Fax +34 93 3250366

RT Servicios Profesionales

www.rtspain.com
sp@rtspain.com