

ID FIDELIS

V 2.0

Sistema completo de fidelización de clientes para cadenas de establecimientos comerciales.

Esta solución nos permite poner en funcionamiento un programa de fidelización de clientes, con el cual pretendemos aumentar el consumo y/o la frecuencia de visita de los mismos a nuestros establecimientos.

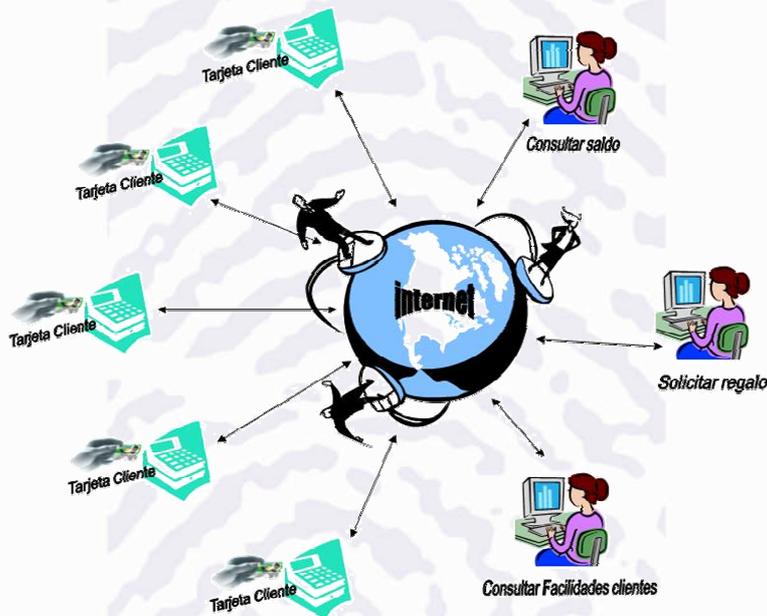
La solución se basa en la entrega de una tarjeta plástica personalizada con la imagen del establecimiento y con los datos del cliente. Este cada vez que consume los productos ofrecidos, se le pasa la tarjeta por un lector que acumulará este saldo en forma de puntos. Estos puntos acumulados en función del consumo y de los parámetros establecidos en el programa inicial podrán ser cambiados por regalos, descuentos o cualquier formula adecuada.



El sistema se basa en la instalación de un sencillo software residente en cualquier ordenador que este funcionando y pueda conectarse a Internet de vez en cuando. El programa es compatible con cualquier software que tengamos en funcionamiento. Cada vez que queramos acumular puntos a la tarjeta de un cliente solo debemos pasar dicha tarjeta por el lector que tendremos instalado en el ordenador. Si la conexión a Internet

es permanente, tendremos inmediatamente el saldo para informar al cliente, sino esta acumulación se hará cuando se conecte el ordenador a Internet.

El núcleo central del sistema se basará en una aplicación gestora de la base de datos de las tarjetas y su acumulado de puntos. A esta aplicación se conectarán vía internet los distintos establecimientos para actualizar los saldos de puntos de las tarjetas. Así mismo los usuarios podrán consultar a través de una página web sus acumulados y las posibilidades que tienen en cuanto a regalos, descuentos, etc.



ID FIDELIS se basa en un sistema contrastado y base, sobre el que se ajustan las necesidades propias de cada cliente. Puesto que con dicho sistema podemos contemplar cualquier idea de fidelización mediante sistemas de identificación de personas: Tarjetas PVC, con código de barras, con banda magnética, con chip de contacto, con tag de proximidad o incluso con sistemas biométricos. Su sencillez de uso y su modularidad, nos permite ser optimistas en cuanto a cualesquiera que sean las exigencias iniciales del cliente, así como también a la posible adaptación posterior a cualquier novedad tecnológica que se presente en el futuro y se considere interesante implantar.

El programa básico contempla un número importante de estadísticas, que nos permitirán conocer en cualquier momento las variaciones de compras de nuestros clientes, su perfil, su hábito en cuanto a la compra, etc. Parámetros muy útiles para adecuar nuestro establecimiento y el comportamiento de nuestro personal a las necesidades de nuestro cliente tipo. Esta información nos resulta muy valiosa, también, para poder contactar con el cliente y ofertarle los productos o servicios que más se adapten a su perfil.

Un complemento ideal en este sistema es el punto de elaboración de la tarjeta de fidelización. No es estrictamente necesario, puesto que podemos tener una tarjeta tipo y entregarla al cliente en el momento que nos rellena un formulario. Pero aumenta terriblemente la eficacia de un sistema de fidelización, si confeccionamos una tarjeta personalizada para cada cliente. Esto se hace en unos segundos, desde cualquier ordenador, sin más que teniendo conectada una impresora de tarjetas de PVC i si queremos incluso, una cámara para la captura de la foto.



Características técnicas del sistema

Nº máximo de puntos de venta	No hay limite. (Hay que dimensionar el servidor al respecto)
Tipología de las tarjetas de cliente	Cualquiera, dependiendo de precios y otras utilidades. Banda Magnética, chip, proximidad,...
Características Web	Entorno gráfico para consultar saldos y solicitar canje de puntos. La entrada se autoriza mediante contraseña. Dispone de un entorno de usuario para poder administrar las bases de datos, gestionar los regalos y su asignación.
Tipología de los lectores	Estará en función de las tarjetas usadas. Conectado a puerto USB, Rs232 o teclado.
Características servidor	Servidor internet con gestión de bases de datos
Características de los PC en punto de venta	Mínimo Pentium IV con 512Mb de Ram, XP y conexión a internet