[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)Publicado en CDMX el 06/03/2024

# [Fidelización: la mejor manera de incrementar las ventas, asegura Dcanje](http://www.notasdeprensa.es)

## Diversos estudios aseguran que los consumidores leales a una marca gastan hasta 33% más que los nuevos

Para este 2024, las proyecciones financieras aseguran que la economía mexicana no crecerá más de 2.1%.  Ante este panorama, las empresas, sin importar la industria o sector, recurren a toda su capacidad estratégica para mantener su rentabilidad, crecimiento económico y desarrollo de negocio, y es ahí donde la calidad de las relaciones con sus stakeholders son un factor crítico para cumplir estos propósitos. Casos de éxito de empresas como Starbucks demuestran cómo este tipo de estrategias logran la preferencia de los clientes, generando lealtad y confianza al producto y a la compañía. Esta cafetería internacional ha crecido sus ventas hasta 57% gracias al otorgamiento de puntos canjeables que atraen a todos los consumidores. Jaime Villatoro, CEO de Dcanje, compañía tecnológica líder en incentivos y reconocimientos digitales en América Latina y recién llegada a México, explica que cada día se vuelve una tarea más compleja el retener a los clientes, lo que demuestra la urgencia por desarrollar estrategias de fidelización que hagan contar con consumidores más leales y recurrentes. Dcanje es una plataforma web app 100% personalizable, que ofrece módulos para capturar la data de los clientes, conocer sus hábitos de consumo, segmentarlos de manera automática y activar campañas automatizadas y personalizadas.  Gracias a la data, y por medio de una lógica de gamificación, la plataforma Smart Loyalty, de Dcanje, permite capturar la información del cliente, automatizarla para conocer su comportamiento (su recurrencia, frecuencia, los montos que compran, sus gustos, sus preferencias etc.), luego segmenta dicha data y activa campañas personalizadas para impulsar la venta de los productos que quieran; entre otros, cashbacks (devoluciones de porcentajes de dinero pagados por compras de productos o servicios) que promuevan la re-compra. No es algo para tomarse a la ligera, el Standout E-Commerce de 2017 asegura que es aproximadamente 500% más caro convertir nuevos clientes que mantener a los actuales; los compradores habituales gastan 33% más que los nuevos; los clientes leales valen hasta 10 veces más que su primera compra, entre muchas otras razones. Y es que de acuerdo con Villatoro, incentivar y reconocer son el secreto para cualquier programa de fidelización; incentivar significa tener un beneficio marcado por la persona y va entorno a un logro, no sólo se entrega un premio, sino debe ir acompañado de un incentivo; y el reconocimiento tiene la parte emocional, que es la certeza de lo que se ofrece, que sea real, que no se quede sólo como una promesa. Así, Smart Loyalty cambia las reglas del juego en el sector porque democratiza el acceso a un software vanguardista para ayudar a empresas de todos los tamaños a alcanzar sus metas de negocio.

**Datos de contacto:**

Jorge Aguilar

Coordinador de medios

55-8108-4976

Nota de prensa publicada en: [https://www.mexicopress.com.mx/fidelizacion-la-mejor-manera-de-incrementar](http://www.notasdeprensa.es/educalivecom-disfruta-de-cursos-presenciales-y-clases-particulares-a-traves-de-internet)

Categorías: Nacional Finanzas Marketing E-Commerce

[notasdeprensa.jpg](http://www.mexicopress.com.mx)

[**http://www.mexicopress.com.mx**](http://www.notasdeprensa.es)