



¿Qué es?



Cátedra de Fidelización

Proyecto de investigación aplicada y de difusión del conocimiento sobre la fidelización como elemento estratégico de la gestión comercial



Objetivo

Cátedra de Fidelización

“Convertirnos en un centro de referencia de conocimiento sobre la lealtad en el más amplio sentido”

Cátedra de Fidelización



DILNEY GONÇALVES



ANTONIOS
STAMATOGIANNAKIS



TERESA SERRA



SHAMEEK SINHA

Cátedra de Fidelización

Áreas de actuación:



Investigación



Divulgación



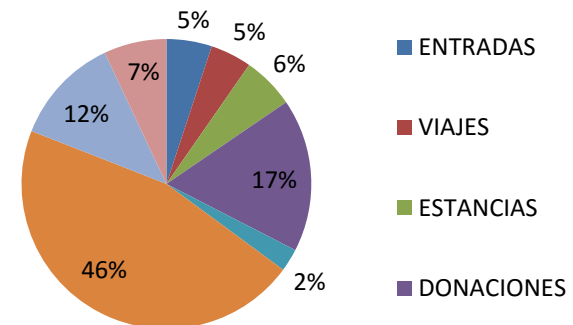
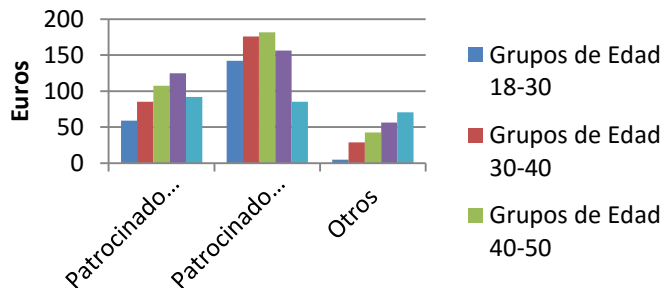
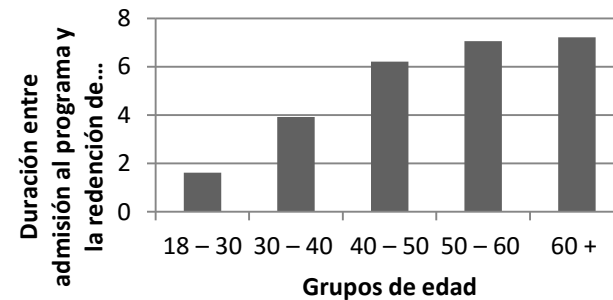
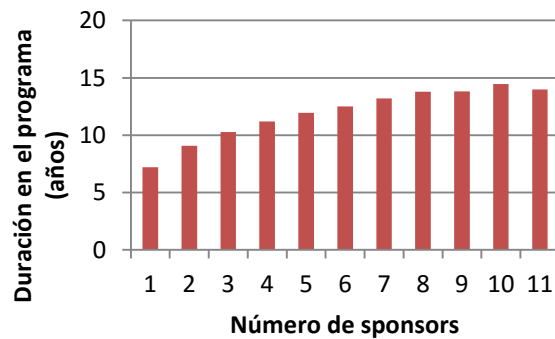
Reporting

Cátedra de Fidelización



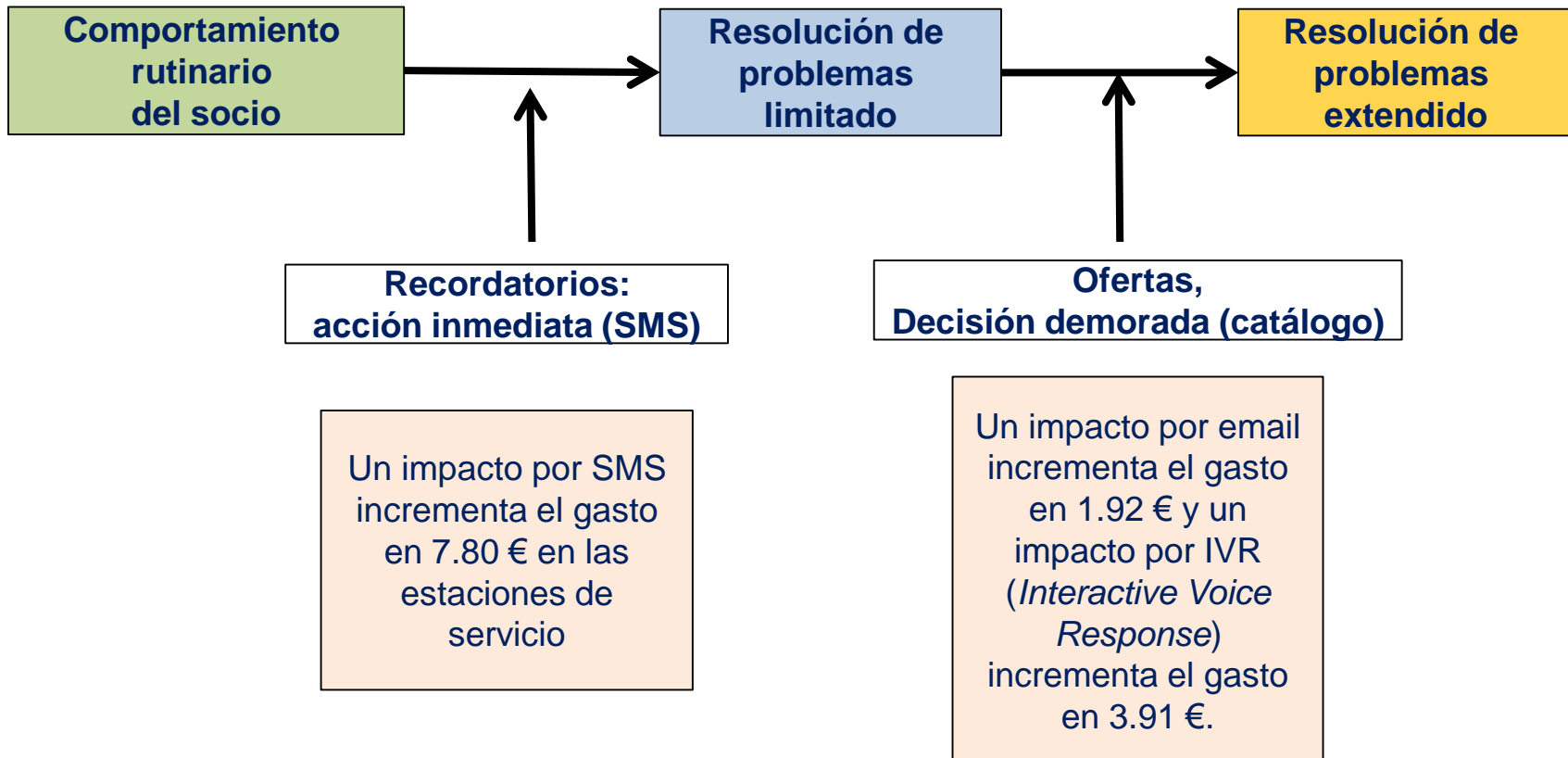
“Convertirnos en un centro de referencia de conocimiento sobre la lealtad en el más amplio sentido”

Conclusiones a partir de la base de datos TC



Cátedra de Fidelización

Acciones comerciales y su efecto en el comportamiento

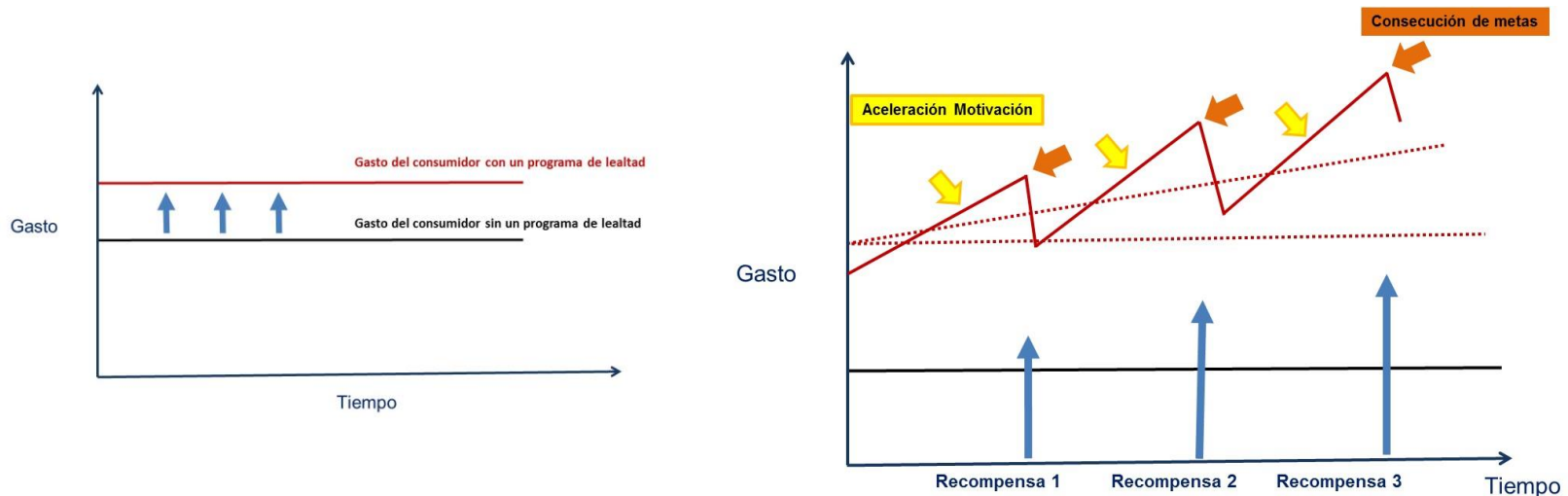


Cátedra de Fidelización



“Convertirnos en un centro de referencia de conocimiento sobre la lealtad en el más amplio sentido”

El papel de las recompensas en los programas de fidelización



✓ La cercanía a una recompensa puede servir como acelerador del proceso de compra 7




Estudio Cualitativo sobre el momento de la Fidelización en España

Cátedra de Fidelización

- ✓ La idea era elaborar un estudio anual (barómetro) que nos permitiera analizar el momento de la fidelización en España.
- ✓ Para ello abordamos primero un estudio cualitativo que nos permitiera afinar el cuestionario y cuyos resultados presentaremos a continuación.
- ✓ El resultado fue que los responsables de marketing y fidelización nos dijeron que no era tan útil un barómetro como una serie de reuniones monográficas sobre temas de interés en el campo de la fidelidad en el más amplio sentido.
- ✓ **Los resultados que presentamos hoy son las principales conclusiones de este estudio cualitativo.**

Cátedra de Fidelización

- 
- “El impacto de la fidelidad en la cuenta de resultados.”
 - “Apuesta por la fidelización”
 - “Las redes sociales como elemento estratégico de fidelización”



Cátedra de Fidelización

- “Smart Loyalty”
- “La marca como palanca de fidelización”
- “Omnicanalidad y fidelización: el cliente en el centro”





Reporting

Cátedra de Fidelización



Resultados publicados en el site:
<http://catedrafidelizacion.ie.edu/>



Presentación

Objetivos

Equipo

Partner

Investigación

Informes

Actividades de difusión



Cátedra de Fidelización Travel Club

Informes Cátedra

En este apartado se publican los principales informes de la Cátedra, así como presentaciones de apoyo, y otros informes de terceros relacionados con el objeto de estudio de la Cátedra.

Si desea recibir más información, por favor envíe un correo a catedrafidelizacion@ie.edu



Cátedra de Fidelización

- ✓ **ESTUDIOS CUALITATIVOS:** Desayunos de trabajo en Abril-Mayo en los que profundizaremos en estos temas:
 - ✓ **Fidelización en procesos de compra online:** Marca, redes sociales, personalización y contenidos.
 - ✓ **Fidelización disruptiva:** Una mirada al futuro de la fidelización a través de la tecnología (Inteligencia artificial, tecnologías cognitivas, machine learning, big data, stream analytics, etc)
 - ✓ **Fidelización en mercados B2B:** algo más que satisfacción del cliente

AQUELLOS QUE ESTÉIS INTERESADOS EN PARTICIPAR EN ESTOS DESAYUNOS DE TRABAJO, POSÉIS APUNTAROS EN LA LISTA QUE HAY A LA ENTRADA Y, EN BASE AL INTERÉS, PLANTEAREMOS LOS MISMOS.



Cátedra de Fidelización

- ✓ **ESTUDIO CUANTITATIVO:** “El papel de la lealtad en el Consumer Decisión Journey”
 - ✓ **OBJETIVO:** ¿Cuáles son los drivers, incluida la lealtad, que mueven al consumidor desde que aparece la necesidad hasta que evalúa el producto después de la compra?. ¿Cómo cambian estos drivers cuando comparamos las compras presenciales con las online?
 - ✓ **METODOLOGÍA:** Cuestionario “ad-hoc” a +- 1000 consumidores segmentados por edad y sexo que hayan comprado distintas categorías de productos en el último año tanto online como offline.



Cátedra de Fidelización

AGENDA

- 19-19,10 Bienvenida y presentación de la Cátedra.
Teresa Serra, Directora de la Cátedra TC-IE
- 19,10-19,50 Presentación estudio “El momento de la fidelización”.
Pepe Martinez, Director de Firefly y Responsable de Marketing de Millward Brown Iberia
Santiago Cantalejo, Ejecutivo de Cuentas Senior en Firefly - Milward Brown
- 19,50-20,10 Presentación In-Loyalty
Santiago Perez, Director General de Travel Club y
Juan Ignacio León, Director de Estrategia Creativa de Coonic
- 20,10- Copa de Networking



Cátedra
de fidelización

Cátedra de Fidelización

Muchas Gracias!