



## Cátedra de Fidelización

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

## Cátedra de Fidelización



DILNEY GONÇALVES



ANTONIOS  
STAMATOIANNAKIS



SHAMEEK SINHA



DAVID SANTOS



TERESA SERRA

## Cátedra de Fidelización

### Áreas de actuación:



Investigación



Divulgación



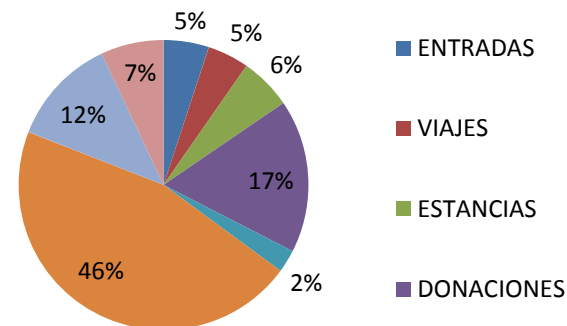
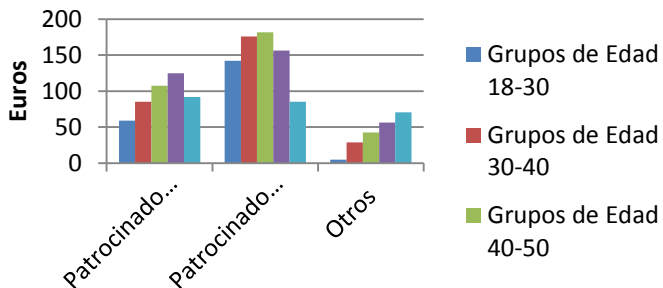
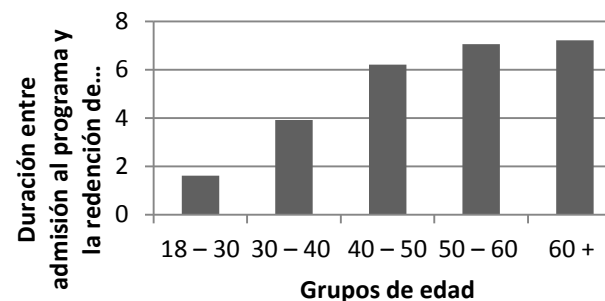
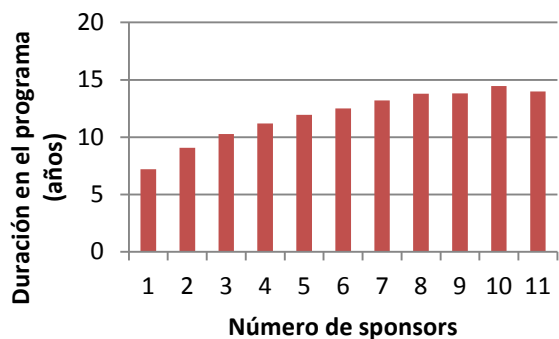
Reporting

## Cátedra de Fidelización



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

### ¿Como medir y cuantificar el retorno de los programas de lealtad?



## 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”
- “Smart Loyalty”





## Cátedra de Fidelización



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

ie  
Cátedra  
de fidelización

Presentación   Objetivos   Equipo   Partner   Investigación   **Informes**   Actividades de difusión

to be  
point of view  
**Loyalty** ['lɔɪəli]  
being loyal  
faithfulness

<   **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](mailto:catedrafidelizacion@ie.edu)

## Cátedra de Fidelización



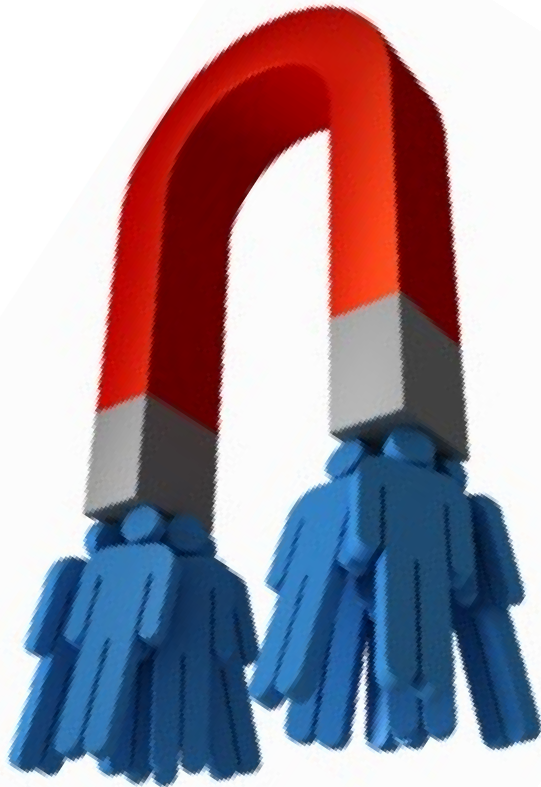
## Cátedra de Fidelización



Las marcas vinculan a los clientes a través de una conexión profunda y duradera basada en los sentidos y las emociones



## Cátedra de Fidelización



Los clientes fieles compran más, son menos sensibles a subidas de precios, pasan más tiempo con las empresas y se convierten en abogados de las marcas en sus círculos sociales.

## Cátedra de Fidelización



BkReAyNsD.



amazon



Google



### Ranking 2014\*

1. Amazon: tablets
2. Apple: tablets
3. Apple: smartphones
4. YouTube: social networking
5. What's App: Instant messaging
6. Amazon: online retail
7. Google: search engines
8. Kindle: e-readers
9. Samsung: smartphones
10. Dunkin' Donuts: coffee