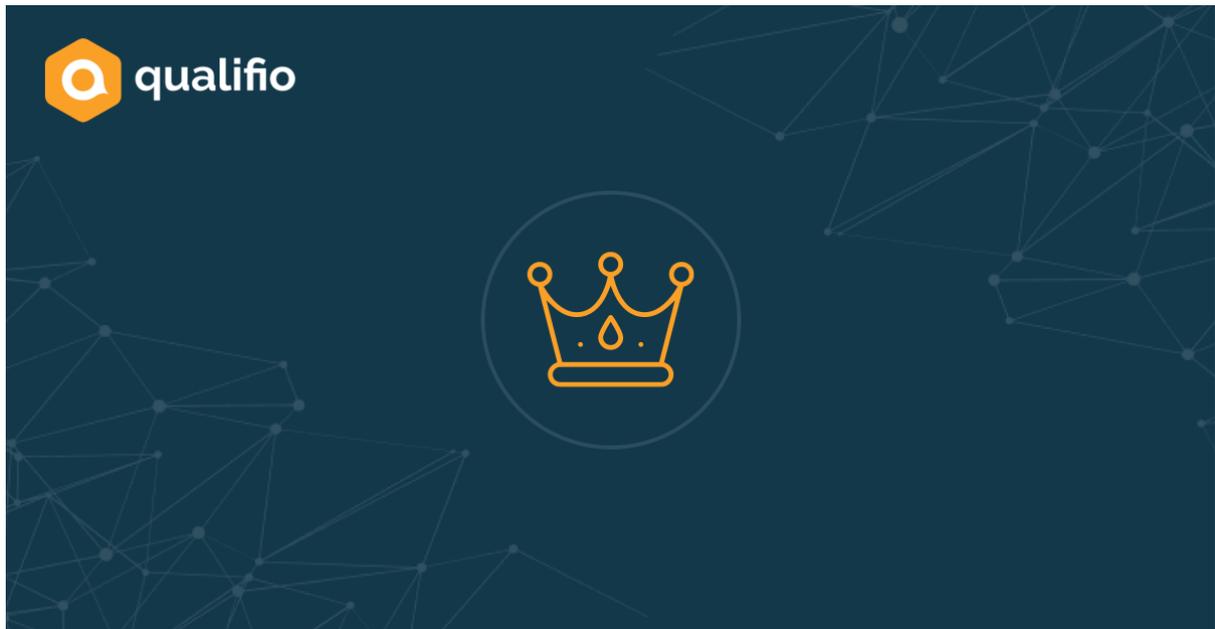




# Noticia de prensa



Diciembre 2021

## Qualifio lanza [Qualifio Loyalty](#), su nueva plataforma de fidelización basada en la interacción

- **Qualifio Loyalty ayuda a las marcas a recompensar a los consumidores que aún no están vinculados a una compra pero si interactúan con ellas, por la admiración y entusiasmo que sienten hacia sus productos y servicios.**
- **Con Qualifio Engage, las marcas pueden recopilar datos de las audiencias y desarrollar interacciones con ellas, y con Qualifio Loyalty, ahora pueden recompensarlas y fidelizarlas por estas interacciones.**

Madrid, 9 de diciembre de 2021.- [Qualifio](#), la innovadora scale-up tecnológica de origen belga y actividad en distintos países de Europa, entre ellos España, lanza [Qualifio Loyalty](#), su pionera plataforma de fidelización **dirigida a premiar las relaciones basadas en la interacción y engagement de los usuarios y clientes más allá de la compra de un producto o servicio de una marca**, que se integra a la perfección con su plataforma de marketing interactivo y recopilación de datos, **Qualifio Engage**.



La plataforma de fidelización basada en la interacción, Qualifio Loyalty, nace para responder a las necesidades de sus clientes, para que las empresas puedan aprovechar las interacciones con sus audiencias, para prolongar el ciclo de vida de los datos que han recopilado en Qualifio Engage y para segmentar sus audiencias todavía más.

“La nueva herramienta forma parte de la evolución natural de Qualifio. Es el paso lógico para seguir ayudando a nuestros clientes a hacer crecer sus comunidades y fidelizarlas. Observamos el potencial de poder llegar a sus grupos de interés de una manera diferente, de tener interacciones más personales y significativas con ellos, incluso mucho antes de que se puedan convertir en clientes compradores o se mantengan como admiradores entusiastas y fans activos”, explica **Antonio Molina, CMO de Qualifio**.

Según la investigación The State of Customer Engagement 2020, el [87%](#) de los clientes quieren tener programas de fidelización y sentirse cuidados por sus marcas y firmas de referencia, pero la fidelidad hoy en día ya no se entiende como antaño. “Si bien las ventas y las transacciones son importantes, las marcas con visión actual y perspectiva global también deben desarrollar la lealtad a través del compromiso, creando vínculos con los consumidores, generando contenidos de valor, impulsando acciones e iniciativas que aporten transparencia, empatía y conexión en las primeras tomas de contacto, mucho antes de que se conviertan en clientes compradores”, declara **Molina**.

### **Qualifio Loyalty: para marcas/anunciantes y medios de comunicación**

Qualifio Loyalty permite a las marcas y a los medios de comunicación crear un sistema de fidelidad basado en recompensas para su audiencia, además de facilitarles la posibilidad de segmentar a los clientes por niveles en función de sus interacciones. De esta forma promueve una relación duradera, independientemente de que haya habido algún tipo de compra previa, que se traduce en clientes potenciales y clientes comprometidos.

Analizando los comentarios y peticiones de las principales marcas y grupos editoriales con los que trabaja Qualifio, la scale-up decide satisfacer la demanda de la industria con su nueva herramienta para que las marcas puedan recompensar sin ningún tipo de complejidad las interacciones con los clientes. Qualifio Loyalty proporciona la ayuda necesaria para que las marcas diseñen, creen y definan sus propios programas de fidelización sin dificultad de integración técnica y codificación.

Completamente personalizable, la plataforma de fidelización permite a las marcas miembros alinear la interfaz del portal de su programa con su identidad visual gracias a su intuitivo editor,



también posibilita la integración completa de sus herramientas de marketing actuales y aprovecha los datos ya integrados para segmentar y recompensar a los consumidores comprometidos.

Los programas de fidelidad tradicionales recompensan a los clientes existentes. **“El valor añadido de Qualifio Loyalty se materializa en permitir a las marcas recompensar a los consumidores que aún no están vinculados a una compra y quieren premiarles simplemente por interactuar con ellas”** destaca el CMO de Qualifio. Y, añade, “así la marca aumenta el compromiso del individuo, comprende y segmenta mejor al consumidor y lo convierte en un cliente de compras a largo plazo”

### **Qualifio Loyalty: para audiencias/clientes**

Para los clientes, la plataforma Qualifio Loyalty facilita una mejor experiencia de marca que promueve una relación duradera. Pueden ser recompensados por sus marcas favoritas de diversas formas por una amplia gama de interacciones a través de múltiples canales.

De acuerdo con **Quentin Paquot, CEO de Qualifio**: “Retener clientes es vital para la sostenibilidad a largo plazo y el éxito y viabilidad de las empresas. Sin embargo, la fidelidad no es solo una relación de compra y es crucial que las marcas lo reconozcan. Nuestra plataforma de fidelización permite a las marcas interactuar mejor con su audiencia y crear relaciones sólidas basadas en la confianza que no dependen exclusivamente de las transacciones”.

### **Claves de Qualifio Loyalty**

Qualifio Loyalty se rige por un sencillo mecanismo de reglas para la obtención de puntos. Es fundamental determinar cuáles son las acciones que los miembros del programa de fidelización tienen que realizar para obtener dichos puntos. La plataforma de fidelización basada en la interacción lo hace posible:

- **Participa y gana:** las marcas pueden definir cómo sus miembros serán recompensados con puntos estableciendo sus propias reglas e incentivando la participación en cualquiera de sus campañas: un concurso, un test, un juego u otros. Es fundamental integrar el contenido interactivo en los programas de fidelización usando la conexión nativa con Qualifio Engage.
- **Incentiva las compras:** las marcas pueden potenciar las compras en su e-commerce y conceder los puntos teniendo en cuenta más de 10 criterios: valor de la compra, productos con promoción o novedades, coste del envío, cantidad, etc.
- **Recompensa durante todo el customer journey:** establecer recompensas concretas en momentos específicos del programa de fidelización. Por ejemplo: otorgar puntos el día del cumpleaños o cuando inicien sesión por primera vez en el programa.



- **Eventos predefinidos:** conceder puntos en eventos señalados en la plataforma como suscripción al newsletter, descargar la App, completar el perfil de miembro, etc.

“Con la capacidad de integrar la plataforma de fidelización con la plataforma de recopilación de datos de Qualifio, las marcas pueden proporcionar contenido interactivo que atraiga a nuevos clientes”, continúa **Paquot**. “Con Qualifio Engage, las marcas pueden desarrollar las interacciones que tienen con sus audiencias, y con Qualifio Loyalty, ahora pueden recompensarlas por estas interacciones de manera recurrente”.

“Qualifio Loyalty premia la relación interactiva, no solo no la compra. El cliente fiel no es solo aquel que adquiere el producto o servicio de una marca, sino es el que interactúa con la marca, el que le dedica tiempo; la admira; la recomienda; incluso el que le sugiere y/o le exige mejoras; el que la sigue en su día a día y mantiene una conversación aunque no lleve a cabo el acto de compra”, reflexiona **Antonio Molina, CMO de Qualifio**.

### **Acerca de Qualifio**

Qualifio es la plataforma SaaS líder en Europa de recopilación de datos y de marketing interactivo. Los usuarios de Qualifio pueden crear y publicar fácilmente su contenido interactivo (cuestionarios, juegos, encuestas, sondeos y más de 50 formatos innovadores) en todos sus canales. La plataforma permite que las marcas B2C y los grupos editoriales y medios de comunicación interactúen con sus comunidades online, y es utilizado por más de 400 empresas en Europa. Qualifio ha sido clasificada en el Technology Fast50 de Deloitte durante 3 años consecutivos, y es considerada como una de las empresas de tecnología de más rápido crecimiento en Bélgica.

Qualifio tiene oficinas en Bélgica, España, Francia y Holanda, además de operar en otros países europeos. Cuenta con más de 270 clientes en distintos países del mundo y crea más de 6.000 campañas al mes.

Algunos de sus clientes son: PSG, LOSC, Purina, Vocento, Promofarma, Unidad Editorial, Decathlon, Delhaize, Unilever, Nestlé y L’Oréal.

Para más información, visita: <https://qualifio.com/es>

**Contacto de prensa de Alive Comunicación:**

**Gema Lloret** [gema@alivecomunicacion.com](mailto:gema@alivecomunicacion.com) +34 630 78 95 45