



# Noticia de prensa



A través de su plataforma Qualifio Loyalty, Qualifio propone programas de fidelización con propósito basados en el comportamiento y las interacciones digitales de las audiencias

- ***“La fidelidad debe ser entendida como una relación bidireccional. Si los usuarios dedican su tiempo a las marcas, ¿Por qué no recompensarlos?”***, Antonio Molina, CMO de Qualifio.
- Qualifio Loyalty facilita una mejor experiencia de marca que promueve una relación duradera, transparente y respetuosa con el usuario/consumidor mediante recompensas y más allá de la compra.
- De la estrategia “win-win” a la estrategia de “Reconocimiento y Recompensa”.

Madrid, 1 de febrero de 2022.- La fidelidad del cliente es un aspecto clave para la permanencia de las empresas y para el desarrollo de las marcas. En la actualidad, el concepto de cliente fiel ha evolucionado y ya nada tiene que ver con el cliente de antaño, al que se le consideraba fiel porque compraba una marca asiduamente. El cliente fiel de



**hoy interactúa con la marca, habla con ella, participa en su trayectoria...incluso la cuestiona y forma parte de su ecosistema.**

Las marcas y empresas son cada vez más conscientes de la necesidad de analizar y estudiar el comportamiento de los usuarios y consumidores en el entorno digital, de identificar y reconocer a su verdadero cliente fiel para definir sus estrategias de fidelización. Estrategias que se convierten en la vía perfecta para recopilar datos a través del first and zero party data y acercarse, de este modo, a su comunidad de clientes/usuarios.

[Qualifio](#), scale-up tecnológica de origen belga y actividad en España, entre otros países europeos, ha lanzado recientemente su plataforma de fidelización [Qualifio Loyalty](#), dirigida a premiar las relaciones basadas en el comportamiento, la interacción y el engagement omnicanal de los usuarios y clientes, aquellas que van 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.

Tras más de un año de intenso trabajo, un equipo especializado de profesionales ha desarrollado Qualifio Loyalty basándose, en parte, en las reuniones y conversaciones con algunas de las principales marcas y medios de comunicación en Europa y que forman parte de su portfolio internacional de clientes. De este modo, Qualifio ha diseñado la plataforma teniendo en cuenta el feedback, las exigencias y requerimientos y el contexto dinámico del ecosistema actual de los principales medios y anunciantes europeos.

“Hoy es crítico que las organizaciones, empresas, marcas y anunciantes reflexionen sobre el nuevo usuario/consumidor digital y poscoronavirus. Un perfil que demanda más atención que nunca, que no quiere “ser uno más”, quiere “sentirse especial”, ser “the one”. No quiere ser bombardeado con campañas publicitarias porque le cansan y le aburren. Quiere llevar las riendas, interactuar, opinar y disfrutar con las marcas que le gustan y comulgan con sus ideales, intereses y gustos”, declara Antonio Molina, CMO de Qualifio. Y, añade, “la creatividad y la personalización aplicadas a las campañas de marketing interactivo potencian que los clientes y usuarios se quieran acercar por voluntad propia e incluso que quieran saber más de aquello que las marcas venden, hacen u ofrecen”.

## **Qualifio Loyalty: comportamiento, interacción y fidelización con propósito**

La plataforma Qualifio Loyalty propone un programa de fidelización con propósito dirigido a recompensar a los usuarios por su comportamiento y su interacción con las marcas, más allá de la compra. El objetivo reside en crear una relación a largo plazo basada en el entendimiento, en la atención y en el cuidado tanto por parte de la marca como por parte del usuario. Ambas



partes entienden que si se escuchan y cuidan podrán disfrutar de su excitante relación de forma transparente, respetuosa y entusiasta.

*"Qualifio Loyalty va un paso más allá de la estrategia "win-win" y apuesta por la "estrategia Recompensa y Reconocimiento R-R". El usuario/consumidor/cliente reconoce (R) en la marca unos valores, una forma de hacer y un producto o servicio que le atrae y le gusta y, por su lado, la marca o firma recompensa(R) la interacción y conversación – conexión omnicanal del usuario con ella",* explica el CMO de Qualifio.

## Funcionamiento y características

La plataforma se rige por un sencillo mecanismo de reglas para la obtención de puntos. Las marcas pueden definir fácilmente cómo se recompensará a los usuarios con puntos creando sus propias reglas, incluidas todas las interacciones con una marca, no solo las compras: suscripciones a los boletines, creación de cuenta, consumo de contenido y vídeo, y actividad en las redes sociales, entre otras.

La interacción ágil y fluida de la plataforma invita a conectar sencilla y rápidamente con los clientes en cualquier momento, en cualquier lugar, y desde cualquier dispositivo. La plataforma es completamente personalizable. Su editor es intuitivo y sencillo por lo que facilita a las marcas alinearse con su identidad corporativa, además de favorecer la integración completa con sus herramientas de marketing.

### **Acerca de Qualifio**

[Qualifio](#) es la plataforma SaaS líder en Europa de recopilación de datos, de marketing interactivo y de fidelización. Los usuarios de **Qualifio Engage** pueden crear y publicar fácilmente su contenido interactivo (cuestionarios, juegos, encuestas, sondeos y más de 50 formatos innovadores) en todos sus canales. Con **Qualifio Loyalty**, las marcas pueden configurar emocionantes programas de fidelización que recompensan a su audiencia por todo tipo de interacciones que tengan con la marca. Las plataformas permiten 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**