



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 +34 630 78 95 45