

The background of the slide features a photograph of two women in an office environment. One woman, wearing glasses and a dark top, is leaning over a desk and pointing at a laptop screen. The other woman, with long blonde hair, is sitting at the desk and looking towards the laptop. The image is overlaid with a color gradient that transitions from orange on the left to blue on the right.

alloyal

8 Tendências de programas de fidelidade

Uma grande tendência para atrair, reter e fidelizar clientes é agregar valor ao seu serviço, usando programas de lealdade, como um clube de vantagens.

O uso crescente de ofertas, descontos e cashback nos estabelecimentos é uma ótima maneira de oferecer uma variedade de recompensas atraentes e flexíveis, que mantêm os clientes atuais satisfeitos e também incentiva a adesão de novos membros.

Confira as principais tendências dessa estratégia!





Sistema de recompensas



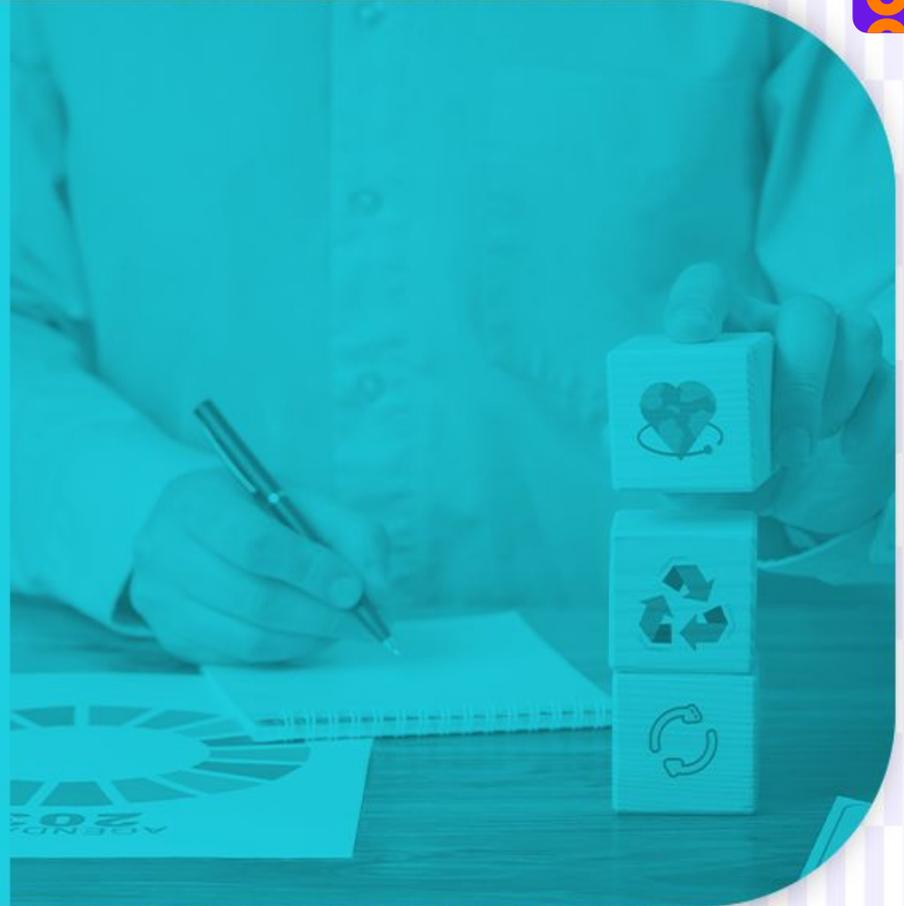


Para estreitar o relacionamento com seus clientes e construir uma base de consumidores fiéis, **a estratégia de recompensa é uma ótima aposta.**

Os programas de fidelidade criam uma relação empolgante com a marca, fazendo com que os clientes acumulem mais pontos a partir do valor de compra. Isso os incentiva a encher mais os carrinhos e a comprar com maior frequência, sem reduzir as margens de lucro – **um verdadeiro ganha-ganha.**



Incentivo ecológico



À medida que a consciência ambiental aumenta, os consumidores vão pressionando suas marcas favoritas para se tornarem parte da solução. Esperamos um aumento nas iniciativas de lealdade ecológica para se manter condizentes com os valores do seu público. Temos como exemplo a iniciativa de empresas que recompensam determinados clientes por fazerem escolhas mais sustentáveis.





Hiper personalização



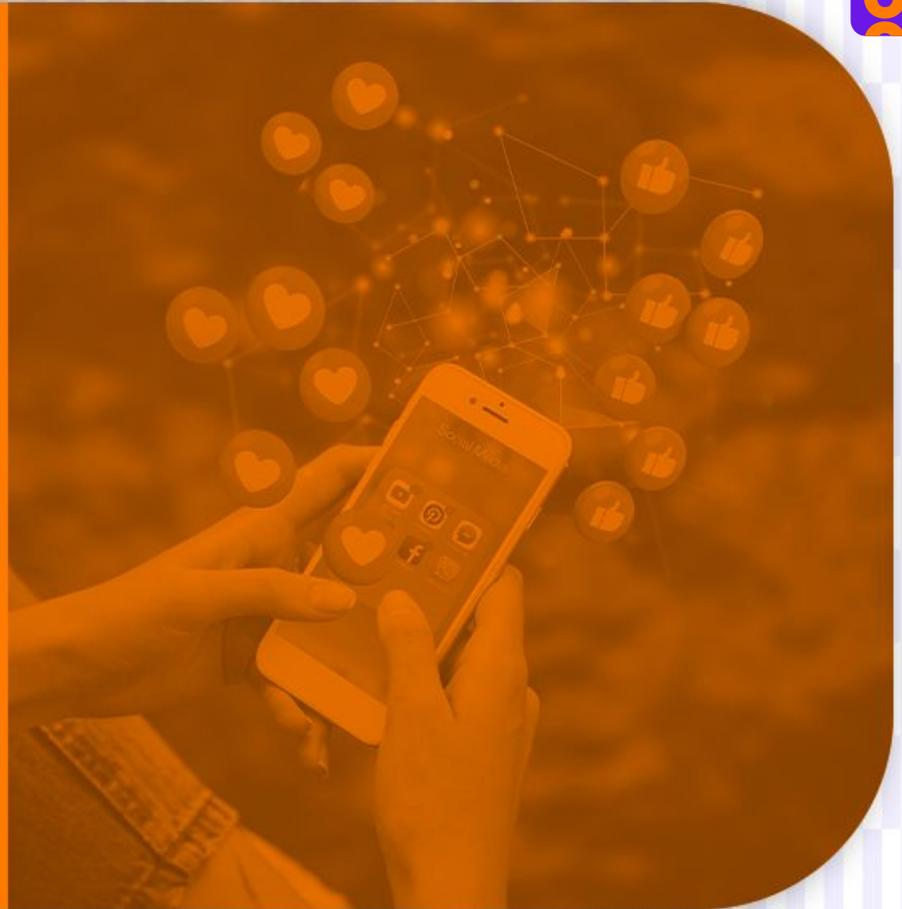


O marketing enfrentará um momento decisivo no próximo ano, uma vez que a eliminação gradual de cookies de terceiros do Google se aproxima (prevista para o final de 2024).

Em preparação, as marcas estão recorrendo a programas de fidelidade, para coletar dados que alimentam a hiper personalização, como informações a respeito das marcas favoritas dos seus clientes e seus hábitos de consumo. Um clube de vantagens com painéis de dados, por exemplo, pode ajudar a dar insights valiosos sobre seus clientes e direcionar suas campanhas de marketing no futuro.



**Recompensa por interação
em redes sociais**



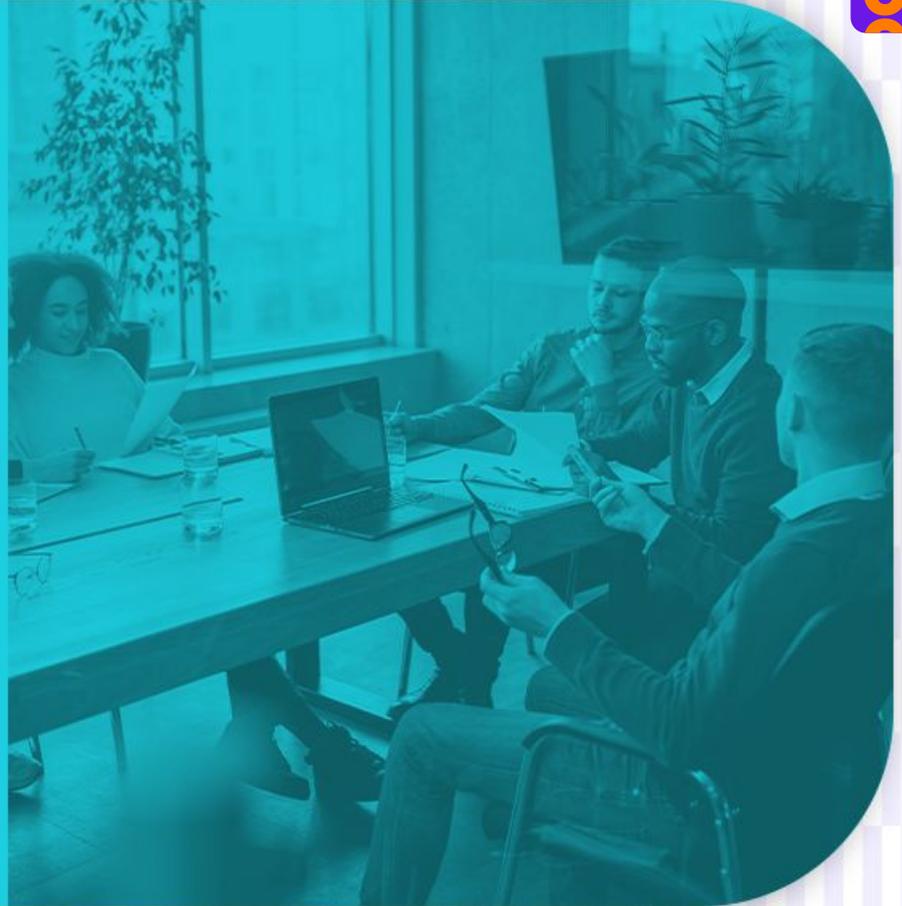
Algumas plataformas estão oferecendo recompensas para quem interagir com suas redes sociais. Isso é possível por meio de integração, o que gera mais engajamento e aumenta a taxa de retenção.

Assim, você pode recompensar seus clientes por praticamente qualquer envolvimento online com sua marca: usando sua hashtag do Twitter, seguindo você no Instagram, ingressando em seu servidor Discord, visitando seu TikTok, compartilhando algo no LinkedIn e muito mais.





Gamificação de fidelidade



Se seus clientes não estiverem engajados o suficiente, eles podem perder o interesse. É aí que entra a gamificação! Quando aplicada a programas de fidelidade, ela torna as interações mais divertidas e envolventes, resultando em mais negócios para você.





**Geração de mais pontos
de contato**

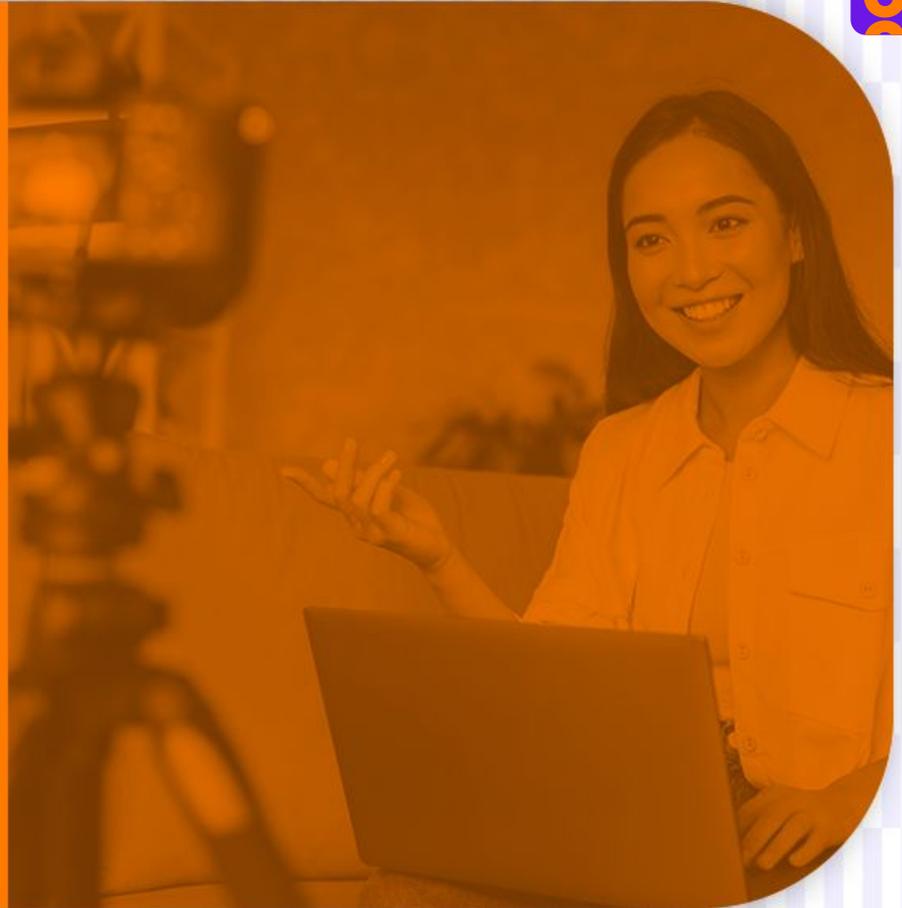




Os clubes de vantagens criam mais pontos de contato com os clientes, uma vez que você pode comunicar ofertas e digitalizar suas recompensas. Plataformas que oferecem uma customização dos seus aplicativos, com o uso de banners e notificações push, podem criar um reforço de marca e sempre lembrar o consumidor das vantagens de ser seu usuário. Além disso, você terá mais dados para melhores análises, previsões e personalização.



**Use influenciadores para
divulgar seu programa**

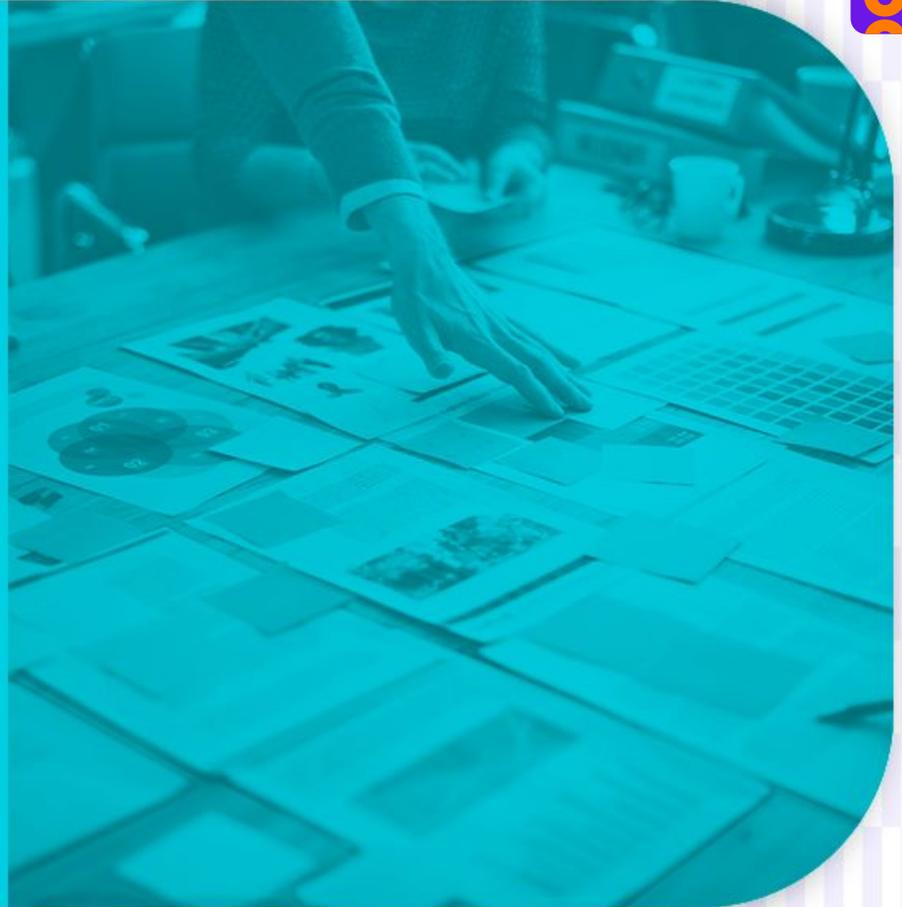


O marketing de influenciadores deve continuar seu crescimento nos próximos anos, e as marcas que recorrem aos perfis de mídia social para promover programas de fidelidade poderão potencializar suas campanhas. Identificar um influenciador adequado, de acordo com seu público-alvo, pode ser uma tática altamente eficaz para maximizar o ROI.





Descontos e cashbacks de estabelecimentos terceiros





Uma grande tendência é agregar valor ao seu produto ou serviço, contando com programas de lealdade. O uso crescente de ofertas e descontos é uma forma eficaz de se fazer presente para os seus clientes, fidelizando-os à sua marca e agregando valor à ela, para também trabalhar a aquisição de novas oportunidades.



Diferencial competitivo, fidelização e mais vendas: tenha tudo isso com um programa de fidelidade.

As pessoas querem mais que produtos e serviços: elas buscam experiências com as marcas. Veja a relação com seus clientes se tornar mais valiosa e impulsione o sucesso do seu negócio.

- Ofereça centenas de descontos todos os dias em milhares de lojas online.
- Seus clientes ainda recebem cashback.
- Tenha liberdade para cadastrar parceiros próprios tanto físicos quanto online.
- Conte com nosso time de sucesso do cliente para acompanhar o seu projeto.
- Acompanhe o comportamento dos seus clientes em um dashboard.

Já ajudamos centenas de empresas a fidelizar seus clientes

[Converse com um consultor e entenda como a Alloyal pode te ajudar.](#)

