

dallas
dubai
hong kong

kuala lumpur
london
mumbai

san francisco
shanghai
singapore

sydney
tokyo
zurich



Nota de Prensa

ICLP presenta su informe de tendencias “Ahora o nunca”, enfocado en las nuevas tecnologías aplicadas al marketing de fidelización

Además, la agencia especializada en marketing de fidelización apuesta por el mercado español, presentando la versión en castellano de su página web

Madrid, 15 de enero de 2009.- ICLP, agencia global de marketing de fidelización, pone a disposición de los profesionales del marketing en España su nuevo informe de tendencias en este ámbito. El informe, titulado “¡Ahora o nunca!”, destaca la importancia creciente que tienen las tecnologías de la información en el marketing de fidelización. El documento se puede descargar de la recién estrenada página web en castellano de ICLP: www.iclployalty.es, o solicitar por email a anamaria.arboleda@iclp.ch.

Las nuevas tecnologías y el marketing de fidelización

El informe de ICLP, “¡Ahora o nunca!”, trata el tema de aplicaciones como, por ejemplo, las que se basan en la RFID (Radio-Frequency Identification Devices), que gracias a un diminuto chip, permiten hacer un seguimiento de los hábitos de los consumidores que pasan por la puerta de un supermercado, por ejemplo, y enviar ofertas altamente personalizadas a clientes que pasen en un momento dado cerca de un determinado producto. ICLP vaticina que este tipo de aplicaciones puede revolucionar el marketing de fidelización en sectores como el de las líneas aéreas, las compañías de automóviles o las cadenas hoteleras.

El informe de tendencias de ICLP, señala otras dos tendencias consideradas como cruciales. La primera advierte acerca de una realidad especialmente peligrosa para este tipo de iniciativas y es que sigue siendo complicado justificar la inversión realizada con relación a unos resultados difícilmente medibles. El informe propone posibles soluciones para evitar este problema.

La tercera y última tendencia trata de la importancia que tiene aprovechar el conocimiento profundo que se pueda obtener del cliente para hacer propuestas aún más diferenciadas. Ana María Arboleda, responsable de la oficina en Madrid de ICLP, comenta que “Las nuevas tecnologías aplicadas al marketing de fidelización nos permiten adaptar al máximo nuestra oferta y crear una estrecha



managing profitable relationships

world class | consulting • creative • client services

dallas
dubai
hong kong

kuala lumpur
london
mumbai

san francisco
shanghai
singapore

sydney
tokyo
zurich



relación con él, beneficiosa para ambas partes, para que se sienta a gusto con nuestro producto, y compre más y más a menudo”.

Nueva web en castellano

Coincidiendo con este nuevo informe de tendencias, ICLP presenta la versión en castellano de su página web, en la que se puede encontrar amplia información sobre el marketing de fidelización, sus aplicaciones, herramientas y sectores en los que ICLP está trabajando.

La nueva página es muy útil para los profesionales del marketing, ya que en ella pueden descargarse este y otros informes de tendencias que desarrolla ICLP, basados en su amplia experiencia internacional, tanto en consultoría, como en el diseño e implementación de programas de fidelización. La web también recoge estadísticas y otros documentos interesantes para la profesión. Para acceder a estos documentos, simplemente es necesario registrarse en www.iclployalty.es. En menos de un minuto el interesado recibirá un correo electrónico con un enlace en el que, pinchando, se descargará el documento deseado, en formato pdf.

Ana Maria Arboleda destaca que “en momentos de crisis, el marketing de fidelización se convierte en una herramienta fundamental para utilizar provechosamente los recursos de la empresa y obtener más beneficios de los clientes actuales. Ahora es el momento en el que las empresas tienen que invertir en este tipo de programas, ya que éstos son su seguro de futuro para capear la crisis. Lo más duro es conseguir un cliente. Lo más fácil, si se hace bien, es mantenerlo”.

Acerca de ICLP

ICLP es la agencia número uno especializada en marketing de fidelización, con oficinas en Londres, Dallas, Dubái, Hong Kong, Kuala Lumpur, Madrid, Mumbai, San Francisco, Shanghái, Singapur, Sídney, Tokio y Zúrich.

Como agencia de servicios integrados, ICLP cuenta con algunos de los mayores expertos mundiales en creatividad y marketing de fidelización, así como con más de 20 años de experiencia en numerosos sectores, entre ellos el turismo y las líneas aéreas. ICLP tiene una amplia experiencia global y está especializada en maximizar el impacto rentable del marketing de fidelización.

ICLP forma parte de The Collinson Group, que posee y gestiona una cartera global de agencias especializadas y servicios de marketing.

Para más información:

Ana Maria Arboleda
Business Development and Account Manager
Pinar, 5 / 28006 Madrid
+34 91 745 68 17 / +34 686283080
anamaria.arboleda@iclployalty.com

Información para la prensa:

Estela Requena
Independent PR Consultant
+34 91 401 96 13 / +34 637 30 13 30
estela@estelarequena.com



managing profitable relationships

world class | consulting • creative • client services