

OBJETIVO

Desarrollar un Programa de Lealtad (LMP-Loyalty Marketing Program), para mantener y atraer nuevos clientes, a través de un sistema de puntos y recompensas que permita conocer y mantener una relación de lealtad entre sus clientes y servicios que dicha empresa ofrece.

Aplicar tecnología de última generación para el desarrollo de dicho programa, utilizando mejores prácticas de programación para hacer un sistema eficiente, modular, mantenible y escalable.

Dar a conocer mi participación en las áreas de análisis, diseño, desarrollo y puesta en marcha del Programa de Lealtad.

INTRODUCCIÓN

Desde siempre el objetivo de crear, administrar y controlar un negocio de cualquier tipo es aumentar el consumo del producto y/o servicios por parte del cliente para maximizar las ganancias que éste nos pueda dejar.

El uso de programas de lealtad se ha ido popularizando en los últimos años, pero éstos se han utilizado desde mucho antes, un ejemplo de ello es el utilizado en los años 30 del siglo pasado cuando el programa S&H Green Stamps proponía que cuando los clientes compraran artículos en determinados establecimientos afiliados al programa de lealtad recibieran estampillas que podrían pegar en una libreta para luego de juntar cierta cantidad, intercambiarlas por otros productos.

Otro ejemplo muy importante de uso de un programa de lealtad fue el que American Airlines implementó en los años 80's del siglo pasado, quien fundó el AAdvantage³, que al día de hoy sigue estando vigente y cuenta con alianzas con muchas otras aerolíneas, cadenas de hoteles, financieras y empresas de diferentes giros en diferentes partes del mundo, donde el objetivo es fidelizar a sus clientes a través de la acumulación de millas de viajero.

Éstos son algunos casos sobresalientes de utilización de programas de lealtad, pero por su parte todas las industrias han aplicado algún concepto similar. Entre los cuales están: Regalar cupones, puntos, dinero electrónico, certificados de regalos, millas entre otros, los cuales se traducen en beneficios para el cliente que promueven el consumo repetitivo de dicho producto o servicio.

En el caso de la empresa de juegos solicitante del Programa de Lealtad, esta tiene este mismo objetivo, conocer a sus clientes para poder proporcionar beneficios de acuerdo a su perfil y preferencias para así poder establecer esa relación de fidelidad con la empresa, además de atraer a nuevos clientes y así aumentar el consumo del servicio.

Dado este objetivo la “Empresa de Juegos”, que de aquí en adelante llamaremos CLIENTE, solicitó al PROVEEDOR, empresa en la que desde Mayo de 2008 a la actualidad me encuentro laborando, el análisis, desarrollo e implementación de este Programa de Lealtad aplicado a sus sucursales a nivel nacional.

El PROVEEDOR una empresa dedicada al desarrollo de Sistemas LMP, marketing web y medios de pago, además de ofrecer servicios de consultoría e integración de tecnología, asignó a un equipo de trabajo para analizar y desarrollar esta aplicación para el CLIENTE.

Dentro de este equipo de trabajo que formamos inicialmente tres personas, se realizó el proceso de análisis, diseño y desarrollo de dicha aplicación, en los siguientes capítulos ahondaremos en estas etapas y en mi participación profesional en cada una de ellas.

En el primer capítulo me enfoco a dar un panorama teórico de lo que son los Programas de Lealtad, así como de los requerimientos emitidos por el CLIENTE al PROVEEDOR.

El segundo capítulo trata del análisis de procesos que cumplan con los requerimientos solicitados, además de la definición de las tecnologías que podrán hacer posible la implementación de este sistema.

El tercer capítulo abarca el proceso de desarrollo, que incluye la definición de los sistemas de gestión de datos, modelos de desarrollo, interacción con otros sistemas, entre otros.

Posteriormente, en el cuarto capítulo se describe el proceso de implementación, pruebas y puesta en marcha de la aplicación, además de mostrar el uso de la aplicación.

Y finalmente en el capítulo cinco muestro los procesos de mantenimiento y seguridad de la información, además de mencionar las medidas en caso de contingencia.

El presente informe termina con las conclusiones del trabajo desarrollado.