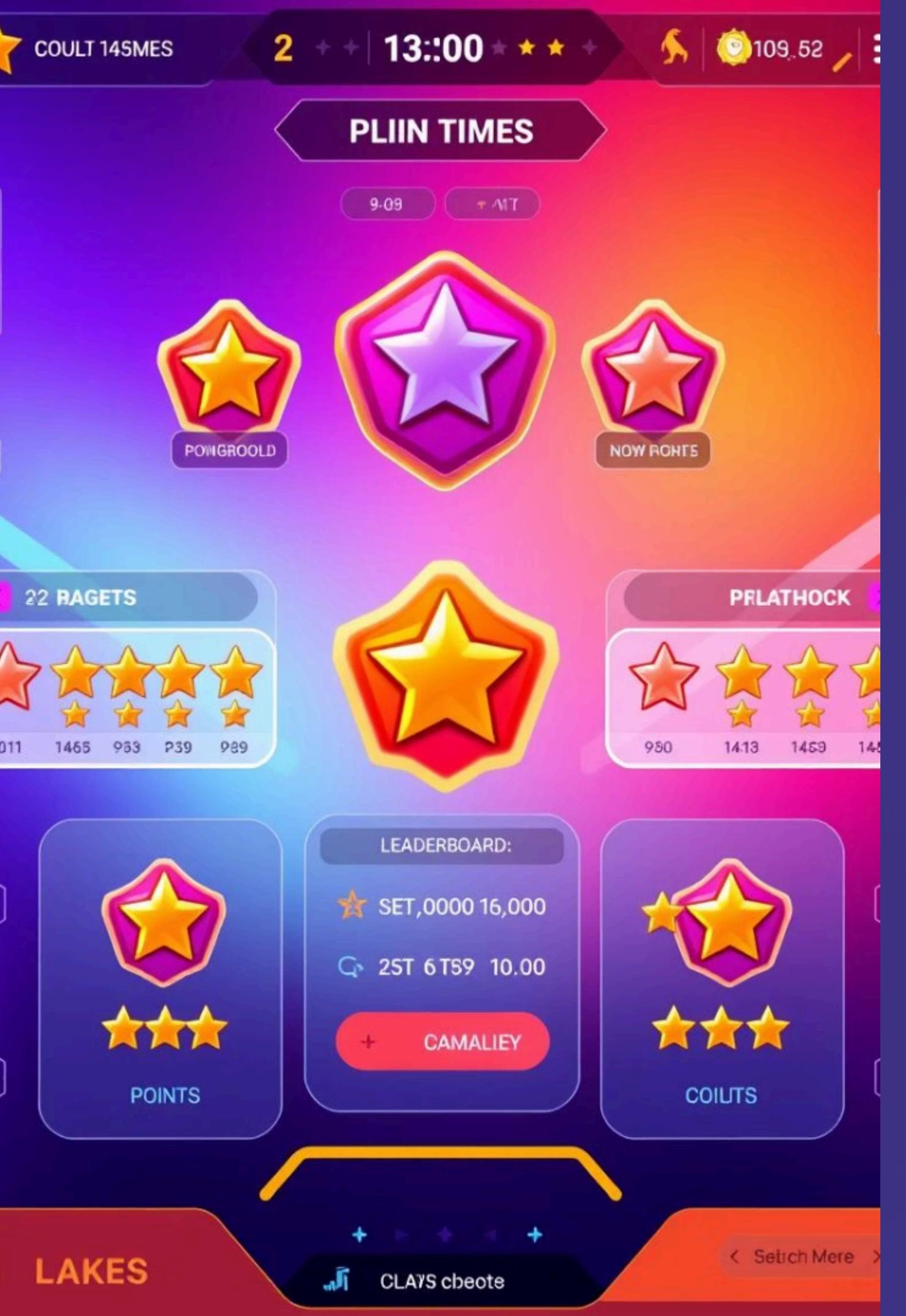




Gamificación: La Estrategia Clave para Fidelizar a tus Clientes

Grupo 18

Carloni Franco
Cardozo Facundo
Guzman Pi Federico
Monsalva Dana
Ramos Maximiliano



¿Qué es la Gamificación?

Elementos de juego en contextos no lúdicos

Integra puntos, insignias, tablas de clasificación y desafíos.

Motiva y entretiene

Genera recompensas y compromiso entre los usuarios.

Impulsa la interacción

Transforma experiencias tradicionales en divertidas.

Beneficios de la Gamificación en la Fidelización

Aumento del engagement

Los clientes participan más activamente con tu marca.

Mayor retención

Incrementa la lealtad y reduce la pérdida de clientes.

Datos valiosos

Recopila información para personalizar ofertas y servicios.

Más valor por cliente

Eleva el valor de vida del cliente (CLTV).



Programas de Lealtad Tradicionales vs. Gamificación

Tradicionales

- Descuentos
- Cupones y promociones básicas
- Interactúan poco con el usuario

Gamificación

- Mayor compromiso emocional
- Experiencia personalizada e interactiva
- Diferenciación frente a la competencia

Ejemplos Exitosos de Gamificación



Starbucks Rewards

Estrellas en cada compra y niveles de usuario.

Nike Run Club

Desafíos, insignias y tracking de progresos.

Duolingo

Puntos y rachas diarias para motivar el aprendizaje.

Gamificación en el Sector Gastronómico

Recompensas por acciones

Puntos por compra,
check-ins y reseñas.

Desafíos temáticos

Como probar distintos
productos para ganar
premios.

Competencia sana

Tablas con clientes más
activos para incentivar
visitas.



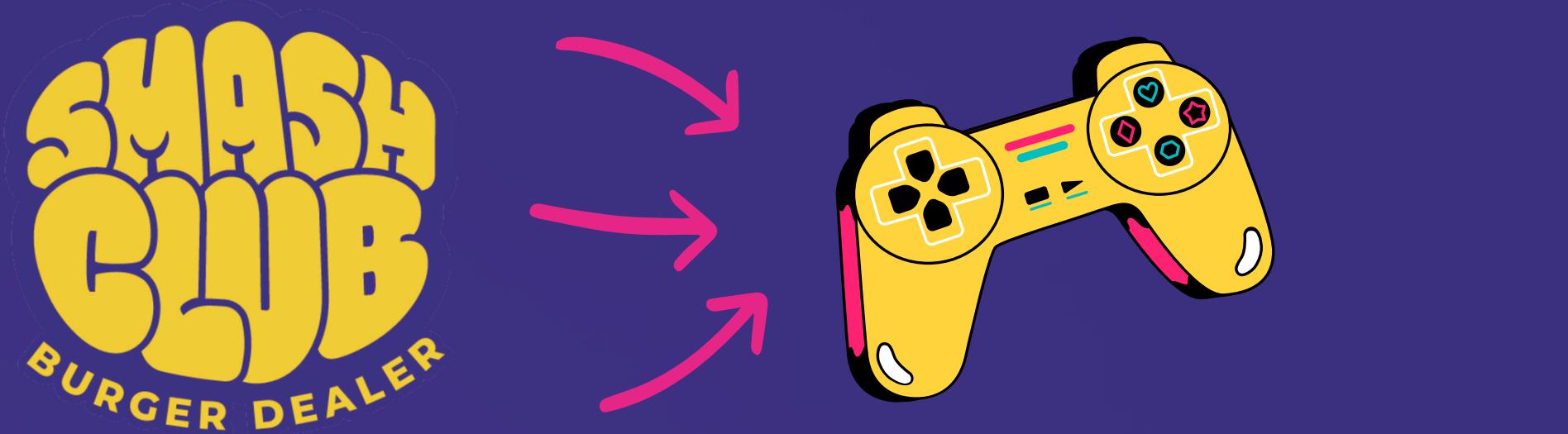
Caso de Éxito: Goody's burger house

Enfoque en experiencia
Búsqueda de venta de
hamburguesas con
atención al cliente única.

Gamificación integral
Aplicación que une
juego y fidelización
efectiva.

Resultados medibles
Incremento notable en visitas y gasto medio.

Implementación en Smash club:



1 Sistema Smash Points

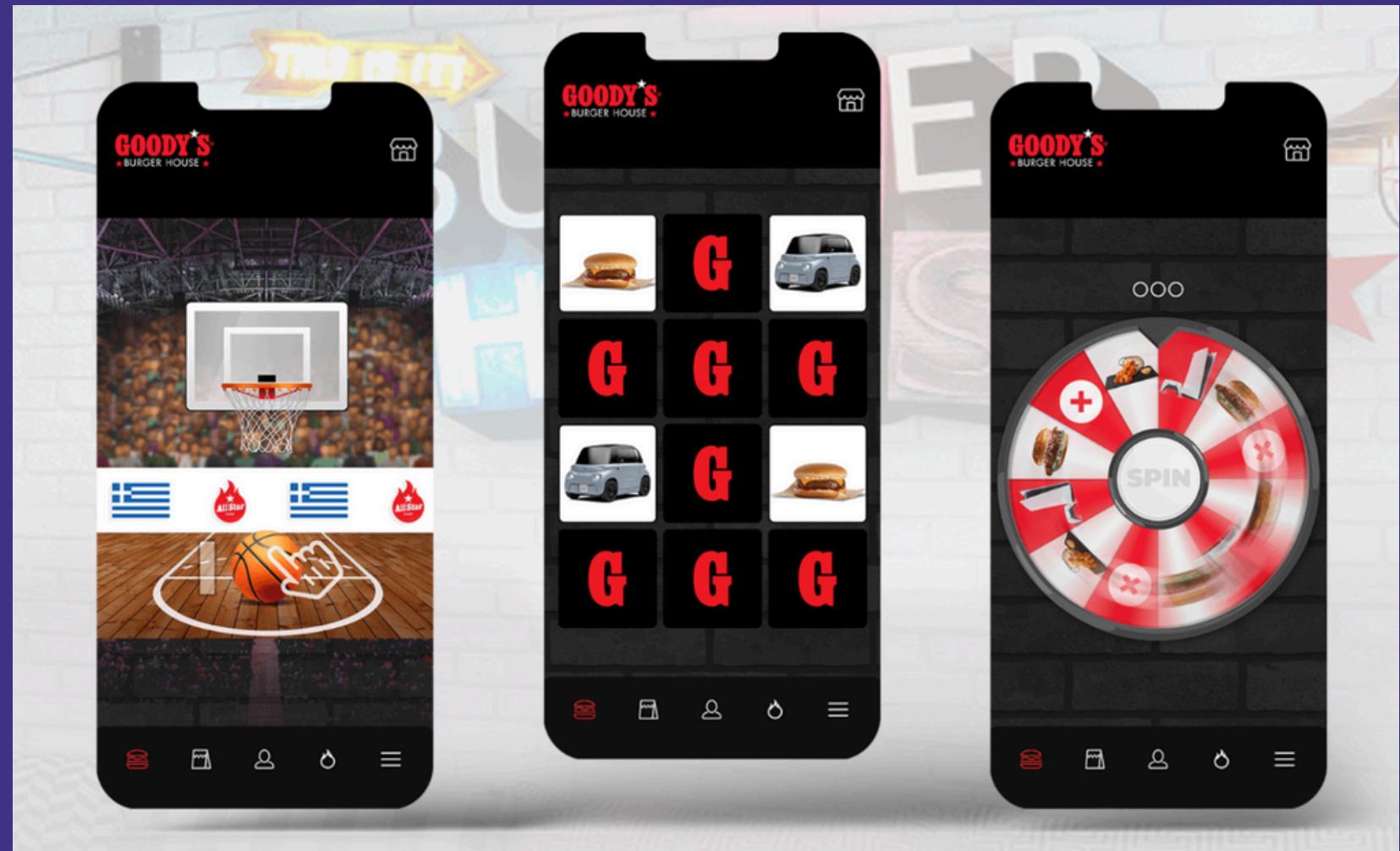
Puntos por compras y recomendaciones

2 Niveles de lealtad

De "Smash Lover" a "Smash Addict" con beneficios exclusivos.

3 Recompensas únicas

Descuentos y productos gratis para clientes fieles.





Posibles resultados de Smash Club basados en Goody's Burger House

+20%

Incremento visitas

Crece la frecuencia de visitas en un 20%.

+10%

Mayor gasto

Incremento del gasto promedio por cliente.

+40%

Engagement en redes

Más interacción y reseñas positivas digitales.

Fuente: <https://drimify.com/es/casos-exito/73-participacion-clientes-goody-burger-house-programa-fidelizacion-gamificado/>

Conclusión:

La Gamificación como Inversión Estratégica

Gamificación es una herramienta clave para fidelizar clientes contemporáneos y antiguos.

Mejora la experiencia y el valor de marca.

Smash Club podría lograr un mayor crecimiento en ventas y clientes con esta estrategia.

¡MUCHAS GRACIAS!

