

# apd

# Jornada

ASOCIACIÓN PARA EL **PROGRESO DE LA DIRECCIÓN**

## De la incentivación a la auténtica fidelización de clientes

Bilbao, 19 de noviembre de 2009

**apd** Asociación para el  
**PROGRESO**  
de la **DIRECCIÓN**

 **LAGUN ARO**

**ESTRATEGIA**  
EMPRESARIA

# De la incentivación a la auténtica fidelización de clientes

## Presentación

Es sabido, e incluso es un mensaje manido, que la Fidelización de Clientes tiene un efecto positivo en el corto, en el medio y en el largo plazos en la gestión empresarial. Sin una base de clientes estable es muy difícil que una empresa pueda mantener niveles de crecimiento estables de sus operaciones e, incluso, es muy probable que no pueda subsistir a largo plazo.

La lógica que sustenta la fidelización de los clientes es muy sencilla: una empresa que es capaz de retener a sus clientes durante más tiempo usualmente genera más dinero de cada uno de ellos con un menor coste que aquellas empresas que deben dedicar ingentes cantidades de dinero a captar nuevos clientes.

Sin embargo, en la actualidad, y según se ha comprobado en diversos estudios, tanto en España como en Europa en su conjunto:

- Fidelización no es lealtad. Se puede tener una base de clientes que, participando en un programa de Fidelización, no sienten vínculos con la empresa y ..., ante una oferta mejor de la competencia, probablemente, se van a fugar.
- Fidelizar, no es hacer promociones u obtener una compra puntual incentivada: en ausencia de promoción, no habrá más vínculo con el cliente que el de un incentivo económico.
- Para tener clientes leales, hay que trabajar el lado emocional y experiencial de la relación: La clave de un cliente es leal es la actitud altamente positiva que muestra hacia la relación que mantiene con la empresa.

En la actual crisis económica, se pone de manifiesto, además, que:

- Es necesario trabajar en una gestión objetiva y más científica de clientes, buscando la fidelización y la lealtad de los clientes clave y con mayor potencial.
- Es necesario fidelizar en torno a la calidad, la calidez y el precio justo, sin desdén de la experiencia de compra.
- Es necesario propiciar entornos de personalización y vínculo afectivo.
- Es necesario manejar el surtido y el precio: no basta con tener un catálogo de incentivos.

En suma, la gestión de la lealtad, exige una secuencia de actividades en las que hay que conectar lo racional y lo emocional, para lograr una relación a largo plazo y rentable.

Por todo ello, APD y Lagun-Aro organizan la Jornada **"De la incentivación a la auténtica fidelización de clientes"**, a celebrar el próximo 19 de noviembre en Bilbao. En dicha Jornada se analizarán las diferentes herramientas de fidelización en base a ventajas económicas y en torno a códigos de comunicación emocionales. En dicha Jornada también se expondrán experiencias empresariales de éxito.

## Programa

**09:15 h** Recepción de asistentes y entrega de documentación

---

**09:30 h** Presentación de la Jornada

**D. Mikel Madariaga**  
Director General de APD Zona Norte

---

**09:40 h** De la incentivación a la auténtica fidelización de clientes

**D. Juan Carlos Alcaide**  
Director del Instituto de Marketing de Servicios

---

**10:40 h** Coloquio

---

**11:00 h** Pausa - café

---

**11:30 h** Experiencia empresarial Banif

---

**12:00 h** Experiencia empresarial Lagun-Aro

**12:30 h** Coloquio

---

**13:00 h** Clausura y fin de la Jornada

## Informaciones prácticas

- Fecha: 19 de noviembre, 2009
- Lugar: Bilbao - Palacio Euskalduna (Avda. Abandoibarra, 4)
- Horario: de 09:15 a 13:00 h
- Información: 94 423 22 50

## Cuotas de inscripción

Los socios de APD e invitados de las entidades organizadoras podrán asistir gratuitamente.

No socios 325,00 euros (más el 16% de IVA).

Para formalizar la reserva de plaza es IMPRESCINDIBLE abonar la cuota de inscripción.

## Forma de pago

El pago de las cuotas se hará efectivo antes de iniciarse la reunión por medio de los siguientes procedimientos:

- Transferencia a favor de APD:  
BBVA (Cta. 0182-1290-38-0000325792)  
ó BBK (Cta. 2095-0000-76-38-3071993-3)
- Domiciliación bancaria

Se retendrá el 100% del importe si la anulación se produce con menos de 48 horas de antelación.

Si no pudiera asistir a este acto, rogamos haga llegar esta información a otra persona a quien Ud. estime pueda serle de utilidad.  
Si recibiera más de un programa de esta convocatoria, por favor, indíquenoslo.

## Boletín de inscripción

Boletín de Inscripción para enviar a APD antes del acto por cualquiera de los siguientes procedimientos:

- APD (José M.º Olábarri, 2 - 48001 BILBAO)
- Fax: 94 423 62 49
- e-mail: inscripcionesnorte@apd.es

D.

Cargo

e-mail

D.

Cargo

e-mail

Empresa

C.I.F.

Domicilio

Población

C.P.

Teléfono

Fax

Forma de pago

## Bilbao, 19 de noviembre de 2009

Los gastos de formación de personal tienen la consideración de gastos deducibles en la determinación del rendimiento de actividades empresariales y/o profesionales, tanto en el Impuesto de Sociedades como en el IRPF. Igualmente dan derecho a practicar una deducción en la cuota íntegra en ambos impuestos en un porcentaje de su cuantía.