

Caso práctico

Una cervecera europea se embarca en una nueva estrategia de fidelización de clientes

Visión general

Una gran empresa europea de bebidas con una facturación de 1.500 millones de euros distribuye cerveza a través de 190.000 PYME. Han fidelizado a sus clientes con descuentos en artículos de marca por compras garantizadas. Ahora, pretenden modernizar su estrategia de retención para convertirse en un socio de confianza que ayude a las PYME a crecer, sabiendo que su éxito impulsará el de la empresa.

01 El reto

Durante años, la empresa se ha dedicado a fomentar la fidelidad de los propietarios de bares y restaurantes ofreciéndoles mobiliario, iluminación, grifería y otros artículos de marca a cambio de un compromiso de compra.

En los últimos años, sin embargo, los "bares de marca" han perdido su toque entre la clientela, lo que ha provocado pérdidas de ventas y rotación de comerciantes.



02 La solución

Propusimos una plataforma bancaria unificada y de marca que proporciona a los establecimientos un lector de tarjetas, devolviéndoles el 1% de los ingresos.

Cada establecimiento obtiene su propia cuenta bancaria vinculada para una mejor gestión de la tesorería.

La empresa también ofrece financiación flexible a través de un prestamista alternativo en red con Toqio.



03 El resultado

- Lanzamos una solución personalizada para nuestro cliente cervecero en sólo **16 semanas**.
- Permitted a nuestro cliente ampliar los datos operativos de los comerciantes a través de la conectividad API con el sistema de datos ERP, lo que generó mayores oportunidades de ingresos.
- En camino de aumentar los ingresos de primera línea en un 30% a través de las ventas existentes y nuevas fuentes de ingresos en los próximos años.