

tarjesol
Tarjetas Plásticas y Soluciones
Costa del Sol

fabricantes de
tarjetas plásticas

fidelización

TARJETAS PLÁSTICAS Y SOLUCIONES COSTA DEL SOL, S.L. C/ Marqués, 7 - 1º | 29005 Málaga. T 952 228 210 F 952 213 751 | tarjesol@tarjesol.com | www.tarjesol.com



fidelización



Índice



La empresa

Introducción
Filosofía
Infraestructura
¿Por qué tarjesol?



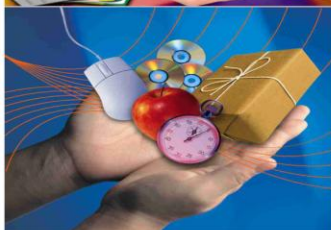
La fidelización

Introducción
Fidelización mediante tarjeta
Para qué sirven
7 ventajas y beneficios para fidelizar



Los elementos

Tarjetas
Software
Lectores
Packaging
Impresoras
Dípticos o trípticos
Expositores de tarjetas
Expositores para dípticos o trípticos



Los sectores

Tiendas y comercios
Franquicias o negocios
Centros comerciales
Asociaciones de comerciantes
Pubs y discotecas
Ópticas
Gasolineras
Clínicas, salones de belleza, spas
Restaurantes



Procedimientos

Infraestructura
Implantación y entrega
Logística
Presupuestos
Pedidos



Tarifas P.V.P.





C/ Marqués, 7 - 1º
29005 Málaga
T 952 228 210
F 952 213 751
tarjesol@tarjesol.com
www.tarjesol.com

fidelización



Introducción

TARJESOL® es una marca registrada propiedad de **TARJETAS PLÁSTICAS Y SOLUCIONES COSTA DEL SOL, S.L.**, empresa española fundada en el año 2007 cuya actividad empresarial principal es la **fabricación y desarrollo de soluciones globales de fidelización de clientes mediante tarjetas plásticas**. Su objetivo primordial es convertirse en una empresa líder en la implantación de sistemas de fidelización y producción de tarjetas plásticas en el mercado nacional.

En **TARJESOL**, nuestros clientes nos consideran sus socios tecnológicos para la implantación y desarrollo de los sistemas de fidelización en su entorno empresarial, ofreciéndoles nuestros innovadores productos y dotándoles de una situación competitiva más ventajosa.

Desarrollamos, fabricamos y distribuimos todos los elementos que son utilizados en los sistemas de fidelización, contando con la fabricación de tarjetas plásticas, departamento de desarrollo de software y avanzados sistemas de impresión. De esta forma, garantizamos plazos de entrega muy cortos y unos precios competitivos.

Filosofía

La filosofía de **TARJESOL** consiste en **ofrecer soluciones "llave en mano"**, así como colaboración a todas aquellas empresas o distribuidores que deseen desarrollar e implantar un sistema de fidelización mediante tarjetas plásticas.

la empresa



Infraestructura

Gracias a la profesionalidad de nuestro equipo **nos hemos convertido en una empresa sólida y muy comprometida con nuestro objetivo**.

Los distintos departamentos que componen **TARJESOL**, le ofrecen desde el apoyo y asesoramiento a la hora de elegir cualquier producto, hasta incluso el diseño completo de las tarjetas, packaging, dípticos, etc. partiendo del material que usted disponga.

¿Por qué tarjesol?

Por sus plazos de entrega

Hasta 5 días hábiles. Somos la empresa que más rápido servimos todos los elementos de cualquier solución global de fidelización en el mercado nacional.

Porque somos fabricantes de tarjetas

Somos fabricantes directos de tarjetas y ofrecemos una amplia gama de soluciones gráficas como dípticos, trípticos o packaging.

Porque somos desarrolladores de software

Nuestro departamento de desarrollo está compuesto por ingenieros, programadores y técnicos.

Por las cantidades mínimas en los pedidos

Servimos pedidos a partir de 300 unidades. Tanto en tarjetas, dípticos y trípticos, o packaging.

Por la versatilidad de los trabajos

Podemos producir diferentes diseños en el mismo pedido por el mismo precio.

Por las diferentes formas y tipos de los productos

Modelos específicos y únicos con troqueles especiales y diferentes sistemas de lectura.

Y sobre todo por nuestro equipo humano especializado

Le ayudamos a elegir la mejor solución para su proyecto, contando con los mejores profesionales. Compruébelo usted mismo.



C/ Marqués, 7 - 1ª
29005 Málaga
T 952 228 210
F 952 213 751
tarjesol@tarjesol.com
www.tarjesol.com

fidelización



la fidelización



Introducción

Los sistemas de fidelización estaban disponibles para las grandes superficies, empresas de mayor tamaño o en su caso aquellas que podían destinar grandes sumas de dinero, pero **con TARJESOL** puede disponer de un sistema de fidelización económico, sencillo y práctico, siendo hoy en día el fruto de un trabajo bien realizado y de esfuerzo por todos los que lo han hecho realidad.



Contando desde los sistemas más tradicionales de impresión hasta la última evolución de las nuevas tecnologías y con los conceptos de marketing relacional, se ha creado toda una solución sin precedentes para nuestros clientes y aquellos que quieran sentir la satisfacción de tener una solución única de fidelización.

En **TARJESOL** encontrarán todo lo necesario para su sistema de fidelización con soluciones llave en mano que contienen todo lo necesario para su puesta en marcha y cumplimiento de los objetivos desde software, fabricación de tarjetas, lectores, etc.

La solución tiene por objeto desarrollar mediante acciones de marketing el conocimiento en profundidad de los clientes y a partir de ésta información, desarrollar estrategias que eviten que nuestros clientes marchen a la competencia.

En definitiva son acciones que permiten que un cliente satisfecho tenga menos motivos para elegir otra opción y más incentivos para repetir la compra de nuestros productos.

Fidelización mediante tarjeta

Un programa de fidelización consiste en el desarrollo de una serie de actividades en torno a nuestro producto/servicio o marca. El fin que se busca es, en el corto y medio plazo, que estas acciones repercutan en el volumen de ventas, mientras que más a largo plazo, consolidar relaciones de fidelidad duraderas entre ambas partes.

El cliente es lo más importante para cualquier empresa o negocio, por ese motivo principalmente surge la necesidad de fidelizarlo, crear vínculo y mantenerlo en nuestra empresa.

Entender y saber las necesidades de nuestros clientes es la mejor forma de fidelizarlos, pero aportar valor añadido e incluso medidas de fidelización más actuales es nuestro objetivo como empresa.

Desde **TARJESOL** queremos ofrecer a las empresas, cadenas de comercios, franquicias, etc., los medios necesarios para conocer a sus clientes, fidelizarlos de una forma sencilla y comunicar lo que espera de sus clientes.



fidelización



Para qué sirve)

Para evitar fugas de clientes

Vivimos en un contexto empresarial de máxima competitividad. Muchas empresas compiten con productos muy parecidos por una oferta limitada de consumidores. Las fugas de clientes se dan con mucha facilidad. El principal objetivo de un buen programa de fidelización es evitar que estas fugas se produzcan, que nos sigan siendo fieles y que no nos traicionen con nuestros competidores.

Para el conocimiento en profundidad de los clientes

Segmentar nuestros clientes más rentables (volumen de sus compras), premiar su consumo y mantener una comunicación personalizada (datos de identificación como nombre, dirección, edad, etc.) son algunas de las técnicas del llamado marketing relacional.

Para premiar la lealtad del cliente

Los programas de fidelización buscan premiar la lealtad del cliente mediante una serie de ventajas y atenciones de forma totalmente planificada. De esta manera, el consumidor percibe un plus diferenciador.

Para tener estadísticas sobre compras realizadas y número de visitas, etc.

Para contrastar el éxito de las diferentes promociones

Para conocer la zona de influencia de los locales

Para poder efectuar mailing personalizados u otros fines publicitarios

la fidelización



7 ventajas y beneficios para fidelizar)

- 1 Un incremento del 5% en la fidelidad de los clientes puede representar un incremento aproximado de los beneficios entre un 25% y un 85%.
- 2 El 86% de los clientes está dispuesto a cambiar de empresa para obtener un mejor servicio.
- 3 El 91% no volvería nunca con la empresa de la que ha obtenido un mal servicio.
- 4 El 83% cambia y no protesta, lo que resulta un grave problema, ya que los responsables de la empresa carecen de indicadores de que las cosas no funcionan bien.
- 5 Conseguir un nuevo cliente es cinco veces más caro que mantener uno actual.
- 6 Un cliente insatisfecho lo manifiesta un promedio de 12 veces, lo que redundará en el descrédito de la empresa.
- 7 El 67% de los clientes se pierde por falta de contacto o por la actitud negativa hacia el cliente por parte de la compañía. Además de los nombres y domicilios, podemos conseguir abundante información sobre los gustos de nuestro público, de gran valor para poner en marcha otras acciones de marketing.





fidelización



Tarjetas

Es el elemento más importante para la fidelización, pues aportan los datos de identificación del cliente. (nombre, dirección, edad, etc.). Constituyen un instrumento cotidiano para todos, pero conocer bien su funcionamiento es objetivo de **TARJESOL**.

Visualmente la tarjeta de crédito y la tarjeta de fidelización parecen iguales, pero la diferencia estriba en que mientras con la primera podemos comprar y obtener dinero, la segunda no es sino una tarjeta que identifica al usuario como cliente. Este obtiene una serie de ventajas en forma de regalos, descuentos, etc., por realizar sus compras.

Existen tres tipos de aplicaciones de las tarjetas para la fidelización:

Tarjeta Cliente

Aquellas que se utilizan para identificar al cliente. Ver más información en dossier para tarjetas.

Tarjeta Devolución o abono

Es una tarjeta que sustituye al vale de descuento o devolución.

los elementos



Tarjeta Regalo

Están siendo muy demandadas, son tarjetas prepago que deberán ser utilizadas en el propio establecimiento o cadena, y bajo un criterio elegido por el cliente. Los clientes que más las demandan son los indecisos y personas que quieran realizar una compra de un artículo, pero no disponen de todos los datos para su compra. Existen varios ejemplos como:

- 1 Un cliente que quiere comprar unos zapatos, joya, bolso o un artículo de una marca en concreto pero no conoce ni el número de zapato que utiliza la persona que los va a recibir, ni las dimensiones de la zona donde va a ponerse la joya, ni el modelo exacto del bolso, etc., para ello siempre existe una tarjeta y usted no perderá la venta.
- 2 Un cliente que no sabe qué regalar o se puede encontrar en la situación de que no está seguro de si el destinatario tuviera ya el artículo y otras muchas indecisiones, para ello dispone de una tarjeta regalo. De esta forma no entrega dinero en efectivo que luego no sabe en qué va a ser gastado.
- 3 Un cliente cuyo producto es perecedero o muy grande para entregarlo personalmente, con una tarjeta regalo el cliente que recibe el regalo confirmará las condiciones de entrega del producto o de su consumo.

Además de la imagen de empresa o marca que transmiten las tarjetas regalo, lo más importante es que el cliente vuelve a nuestro establecimiento, pudiendo darse dos situaciones muy ventajosas para la empresa y por lo tanto mayor beneficio final.

- A Que el importe del artículo no supere el saldo de la tarjeta, por lo tanto seguimos teniendo dinero del cliente sin entrega por nuestra parte de ningún producto.
- B Que el cliente compre artículos por mayor importe del saldo de la tarjeta, lo que significa mayores ventas y más beneficios.

En las tarjetas podrá incorporar publicidad de otros comercios o actividades y, en su caso, exigir un aporte económico sobre el coste o servicio.



Todo son ventajas para usted y para el cliente: usted gana / cliente gana.



fidelización



los elementos



Software

En **TARJESOL** hemos desarrollado un software de fidelización sencillo de manejar pero sólido por sus características de funcionalidad, aún así podemos desarrollar o adaptarnos a las necesidades de cada cliente y también vincularnos y colaborar con proyectos conjuntos con empresas de desarrollo de software de gestión, aportando nuestra experiencia al servicio de dichas empresas.

Softar® FIDELIA es un software sólo y exclusivamente destinado a fidelización de clientes, no es un software de gestión de empresas.

Funciones y características:

- Promociones de productos.
- Sistema de acumulación mediante reglas de puntos, saldo, descuentos, etc.
- Expedición para los clientes, de tarjetas regalo, abono o descuento.
- Segmentación de clientes más rentables para premiar su consumo.
- Gestión de ofertas, promociones y

descuentos.

- Gestión de clientes con ficha de datos de identificación (nombre, dirección, edad, etc.).
- Estadísticas sobre compras realizadas y número de visitas, etc.
- Impresión de mailings personalizados.
- Múltiples campañas de fidelización simultáneas.
- Gestión multipuesto y multiusuario
- Asistente de reglas de acumulación para cada tipo de tarjeta.
- Definición de condiciones de validez de las tarjetas.
- Función TPV para acumulación y canjeo.
- Informes y tickets con plantillas parametrizables.
- Impresión de tickets y vales de productos.
- Personalización para su comercio.
- Manual de usuario completo.



Lectores

Podrá adquirir dependiendo del tipo de lectura de las tarjetas tres tipos de lectores:

1 Lectores de Banda magnética:

Las tarjetas deberán incorporar banda magnética que podrá ser grabada por el propio lector/grabador o se entregará la tarjeta ya grabada.



2 Lectores de código de barras:

Las tarjetas deberán llevar impresas un código de barras para su posterior lectura o en su caso podrá ser impreso con una impresora de tarjetas.

3 Lectores de tarjetas chip de proximidad:

Las tarjetas deberán incorporar un chip interno que podrá ser grabado por el propio lector/grabador o se entregará la tarjeta con la grabación.

Existe la posibilidad de incorporar dos o más sistemas de lectura en las tarjetas.



fidelización



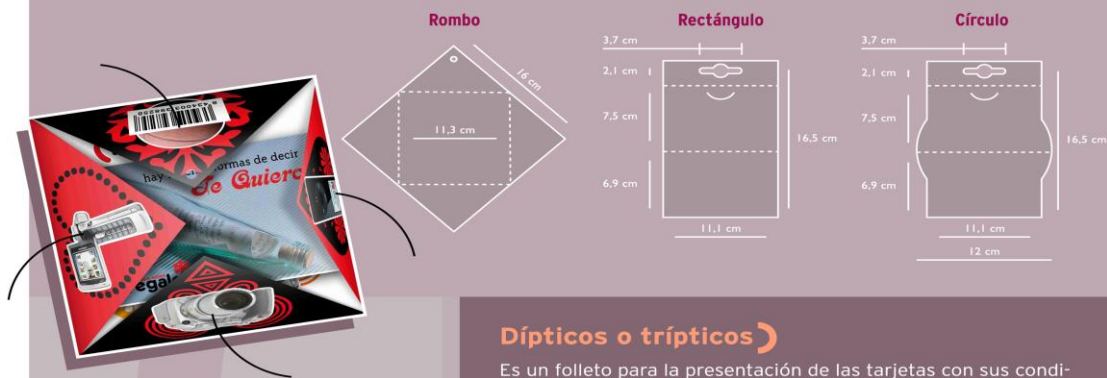
los elementos



Packaging

Se utilizan para la presentación de las tarjetas de clientes o como envoltorio de las tarjetas regalo.

Este producto es muy demandado, pues con él se consigue tener las tarjetas más visibles para su venta u ofrecimiento. Disponemos de tres modelos:



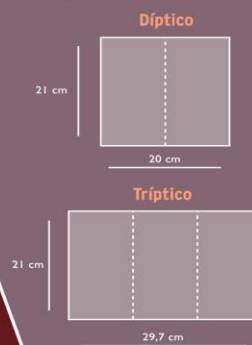
Impresoras

Usadas para personalizar las tarjetas bajo demanda, esto es, incorporar cualquier dato (nombre, saldo de la tarjeta, código de barras, etc.) que no es posible anticipar a la fabricación de las tarjetas.



Dípticos o trípticos

Es un folleto para la presentación de las tarjetas con sus condiciones de uso y características.





fidelización



los elementos



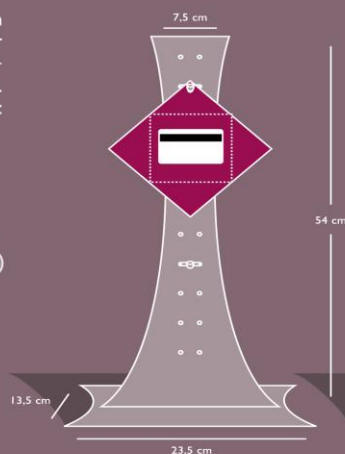
Expositores de tarjetas

Usados para colocar las tarjetas en mostradores, estanterías o en cualquier otro lugar. Ayudan a tener bien clasificadas las tarjetas y al alcance de la mano. Disponemos de dos modelos metálicos:

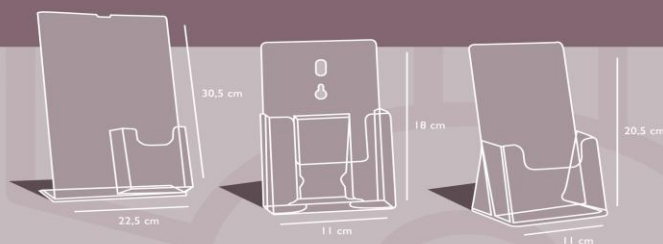
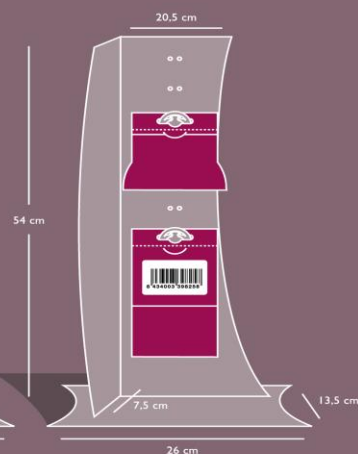
Colores disponibles:



simple



escuadra



Expositores para dípticos o trípticos

Usados para colocar los dípticos o trípticos en mostradores, estanterías o en cualquier otro lugar. Disponemos de tres modelos en metraquilato, consúltenos.



C/ Marqués, 7 - 1º
29005 Málaga
T 952 228 210
F 952 213 751
tarjesol@tarjesol.com
www.tarjesol.com

fidelización



los sectores



Aplicación

Hemos explicado en los apartados anteriores las utilidades y formas de fidelizar a clientes pero a continuación detallamos varios usos de las tarjetas en los sectores más representativos.

Gracias a la experiencia que **TARJESOL** ha ido adquiriendo siempre estará codo con codo en la implantación de su sistema de fidelización dependiendo del sector o actividad empresarial al que se dedique. Para cada sector tenemos una solución y destacamos los siguientes:

Centros comerciales

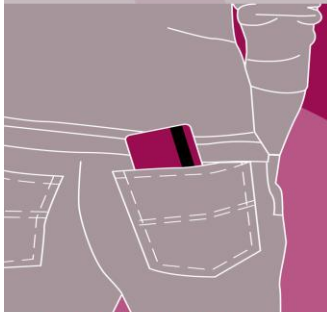
Debido al aumento de centros comerciales y la cercanía de los mismo es signo de competitividad para el centro implantar un sistema de fidelización que aumente los beneficios de este sector frente a la competencia. Se impone una tarjeta específica y única para cada centro comercial añadiendo servicios y garantías para el propietario o el cliente, al igual que la tarjeta regalo es el producto imprescindible para este sector por la variedad de actividades comerciales que se dan en ellos.

Franquicias o negocios

Es otro de los sectores importantes donde se utilizan los sistemas de fidelización, y donde se está imponiendo la tarjeta regalo o de servicios. Contamos con numerosos clientes de franquicias y nos adaptamos a cada una de sus necesidades, ya que este sector requiere un estudio de las necesidades y de infraestructura, con el uso de la tarjeta se han conseguido unos objetivos muy variados, rentables y efectivos. Conseguir la respuesta a preguntas de las numerosas franquicias en materia de marketing y fidelización es la meta de nuestra empresa con el sector.

Asociaciones de comerciantes

Fomentar la compra por parte de los clientes en centros de comercios adheridos a una asociación de comerciantes y conseguir el apoyo de la administración local de zonas deprimidas de comercios es la utilidad principal de las tarjetas, habiéndose llevado a cabo en numerosas asociaciones con éxito y una rentabilidad casi asegurada para el comercio adherido.



Tiendas y comercios

Es uno de los sectores que más demandan una solución de fidelización para sus clientes y donde se impone la tarjeta regalo, de descuento o abono. Su aplicación es muy sencilla y el objetivo que se persigue en este sector es poder resolver las cuestiones ¿quién compra en mi comercio? ¿con qué frecuencia? ¿qué compra? ¿a quien envío las ofertas que dispongo o los nuevos productos? ¿quienes son mis mejores clientes? Y contestar a estas simples preguntas les hará rentabilizar. Además de todas la ventajas de nuestros sistemas.



fidelización



Pubs y discotecas

La distinción del cliente usuario de este sector es importante ya que el consumidor así lo requiere.

El producto estrella es la tarjeta VIP para aquellos cliente asiduos y que en definitiva son los más rentables para el empresario. La tarjeta VIP se utiliza principalmente para un acceso rápido al local por parte del poseedor de la tarjeta y a recintos con accesos restringidos y no masificados, además de una campaña de regalos y de servicios para el cliente.

En las entradas para eventos de varios días o para una determinada hora, como por ejemplo en las campañas de navidad (entrada nochebuena, entrada nochevieja, reyes) se está sustituyendo el papel por las tarjetas.

Ópticas

La tarjeta de cliente es la más utilizada por éste sector para así poder efectuar descuentos y servicios gratuitos (revisiones, seguro de rotura, etc) y sobre todo para campañas de publicidad directas de acuerdo con la base de datos creada con la segmentación del tipo de cliente (consumidor de gafas de sol, graduadas, lentes, etc.). También en este sector las tarjetas regalo tienen una buena aceptación.



los sectores



Gasolineras

La principal utilidad es identificar al cliente y el vehículo que conduce para poder aplicar los correspondientes descuentos o servicios, y destinada a las empresas propietarias de flotas, darles la seguridad que sin la correspondiente tarjeta nadie podrá repostar bajo las condiciones que han sido pactadas. También se incentivan a particulares con regalos o descuentos.

Clínicas, salones de belleza y spas

Regale belleza o regale salud es un lema muy recurrido. Sus clientes pueden usar la tarjeta para regalar servicios en sus instalaciones o para el control de accesos a las mismas con bonos o actividades de renovación mensual, anual o trimestral.

Restaurantes

Las tarjetas clásicas de papel están siendo sustituidas por tarjetas de plástico, principalmente por su durabilidad, conservación e imagen de nuestro local para los clientes y por la posibilidad de implantar un sistema de fidelización para crear una base de datos de clientes con datos para decisiones de presente y futuro como poder invitar a jornadas gastronómicas, a presentaciones de vinos, etc.



fidelización



Procedimientos



Infraestructura

Para el funcionamiento de un sistema de fidelización mediante tarjetas plásticas, el cliente deberá disponer del hardware siguiente:

Un sistema informático:

Para el funcionamiento del software deberá disponer un PC o TPV con PEN-

TIUM III o superior, en caso de trabajar con multipuesto deberán estar conectados en red local. Ver más detalle en Pdf de características del software.

Un lector de recogida de datos:

Puede ser de banda magnética, código de barras o de proximidad, pudiendo aprovechar el que posea sin necesidad de adquirir otro para nuestro sistema de fidelización.

Implantación y entrega

Los plazos de implantación y entrega dependerá de sus necesidades pero la media es de 10 días hábiles a contar desde la aceptación de los diseños del PDF para su impresión (tarjetas, dípticos, packaging, etc.) enviado por nuestro departamento. Existe la posibilidad de solicitar un servicio Express garantizado de 5 días hábiles, e incluso pudiéndose entregar en un plazo más breve.



Logística

La mercancía será enviada a través de un servicio de mensajería privada y la entrega dependerá de la zona geográfica donde se encuentre el cliente.

Presupuestos

Desde TARJESOL podemos confeccionar su presupuesto para el sistema de fidelización que más se ajuste a sus necesidades y con el mejor asesoramiento por parte nuestro equipo humano. Para solicitar su presupuesto necesitamos los datos de su empresa o persona física (C.I.F. o N.I.F., razón social o nombre y apellidos, nombre comercial, dirección, código postal, población, provincia, persona de contacto, teléfonos, fax, e-mail, y si quiere poner alguna observación)

El presupuesto emitido se podrá enviar por fax, e-mail o físico en sobre cerrado según instrucciones del solicitante. Para presupuestos sucesivos, repetitivos o abiertos (que depende del precio, cantidades, etc.) se les facilitará un tarifa de precios fácil de manejar y de entender, para así agilizar la toma de decisiones en cuanto a cantidades y tipos de tarjetas.

Pedidos

Partiendo de la conformidad del presupuesto o en su caso de la tarifa de precios, los pedidos se podrán realizar por diferentes vías: Teléfono **952 228 210**, mediante fax **952 210 751** o e-mail: **tarjesol@tarjesol.com**





C/ Marqués, 7 - 1º
29005 Málaga



T 952 228 210



F 952 213 751



tarjesol@tarjesol.com



www.tarjesol.com