1. Segmentación y Personalización del Programa

- Segmentación de Clientes: Clasificar a los clientes en distintos segmentos según su historial de compras, comportamiento y frecuencia de participación. Esto permitirá diseñar promociones y recompensas más personalizadas que se adapten a las necesidades y preferencias de cada grupo.

- Recompensas Personalizadas: Ofrecer recompensas basadas en los intereses y hábitos de compra de cada cliente, lo que incrementará la relevancia y el atractivo del programa para cada usuario.

2. Mejora del Sistema de Puntos y Recompensas

- Sistema de Niveles: Crear un sistema de niveles donde los clientes puedan avanzar a medida que acumulan más puntos. Cada nivel podría ofrecer beneficios adicionales, como descuentos exclusivos, acceso prioritario a productos o eventos especiales.

- Puntos Bonus y Ofertas Temporales: Introducir puntos bonus en fechas especiales o durante campañas específicas para incentivar compras adicionales y mayor participación.







