



El cashback sí funciona: 5 motivos para ‘devolver’ dinero a tus clientes

CIUDAD DE MÉXICO. 21 de febrero de 2021.- La fidelización del cliente es una necesidad que cada día se vuelve mayor para los comercios. Ante ese reto, los negocios deben saber que un cliente satisfecho no necesariamente es leal a la marca.

Para lograr que el cliente vuelva una y otra vez a un negocio, es fundamental voltear hacia el cashback como solución.

“A diferencia de los programas de recompensas tradicionales, consideramos que los consumidores no se conforman con una cuponera o con puntos que se acumulan de a poco, y luego de gastar mucho. Por el contrario, quieren una experiencia en la que puedan cobrar el beneficio de forma simple, sin necesidad de una tarjeta física adicional, sin tener que bajar aplicaciones extras y directamente en su cuenta bancaria”, considera Chiara Sheldon, Co-founder & COO de REWORTH.

Por lo anterior, a continuación enlistamos los 5 motivos por los que el cashback sí funciona para incrementar los niveles de lealtad en los comercios:

1. El usuario se siente valorado

Hoy en día, los consumidores quieren sentirse valorados por los comercios en los que compran. Una forma clave de hacerlo es ‘devolver’ un porcentaje de su compra en un abono directo en sus cuentas bancarias, cada vez que realicen una compra.

Pero ojo, los clientes no quieren hallar limitaciones para cobrar esa recompensa: es decir, no genera el mismo sentimiento el sentirse obligado a gastar ese dinero en negocios determinados o con un tiempo límite.

2. Exposición en apps bancarias

Mediante el uso de datos generados por cada transacción, se determinan los hábitos de compra y comportamiento del consumidor.

Esa información sirve para que, dentro de las apps bancarias, se le envíen al usuario las promociones e invitaciones de aquellos negocios que le podrían interesar, indicando que con el uso de su tarjeta bancaria expedida por esa institución, obtendrán un porcentaje de cashback.

Lo anterior hace que la exposición del negocio, por una parte, se enfoque directamente en aquellos usuarios afines, además de que le da mayor visibilidad a la recompensa como un atractivo para comprar ahí, contra la competencia.



3. Incremento en el ticket promedio

Los puntos anteriores, también generan como consecuencia un incremento en el engagement del usuario con la empresa, lo cual se traduce en montos más altos y ventas más frecuentes.

De hecho, una encuesta de [Rosetta Consulting](#) indica que los clientes comprometidos con una marca compran con un 90% más frecuencia, gastan hasta un 60% más por transacción y tienen un valor anual de hasta 3 veces más que otros clientes.

4. Mejora el customer experience

Sin duda el hecho de ofrecerle una pequeña devolución de lo gastado al usuario es un factor que abona a la experiencia de usuario, lo cual es fundamental para cualquier negocio.

Un estudio de [Harvard Business Review](#) indica que aquellos clientes que tuvieron una primera experiencia positiva en un negocio, gastan un 140% en las futuras compras en comparación con aquellos que sienten que su experiencia fue negativa.

5. Tú tienes el control

Finalmente, es importante decir que a diferencia de los programas de recompensas tradicionales, en el cashback los negocios pueden definir el porcentaje de cashback que devolverán, de acuerdo a lo que mejor se alinee al negocio.

En plataformas como REWORTH, no existen montos mínimos y las empresas pueden registrarse de forma sencilla y modificar el monto que destinan al cashback cada determinado periodo de tiempo, lo cual la convierte en una solución a la medida que puede ir escalando, conforme al crecimiento del negocio.

En resumen, el cashback se posiciona como una herramienta crucial para incrementar el ticket promedio, generar mayores niveles de lealtad, elevar los ingresos, reactivar a usuarios inactivos y mejorar el customer experience de los negocios; factores que hoy en día son una necesidad para cualquier comercio, tras el impacto negativo que generó la pandemia en los años anteriores.

Sobre REWORTH

REWORTH es la compañía que ofrece los programas de recompensas que los negocios necesitan para atraer y fidelizar a más clientes, mediante cashback. Los esquemas que REWORTH ofrece no requieren del pago de comisiones, además de que no obligan al usuario a descargar aplicaciones, realizar registros innecesarios, ni tener que contar con una tarjeta especial, adicional a su plástico bancario, lo que genera una mayor satisfacción en la experiencia de compra, e incrementa la lealtad. La plataforma da visibilidad a los negocios ante más de 200 mil usuarios activos de las apps de



banca afiliados a REWORTH, impulsando así su crecimiento. Además, cuenta con un modelo de machine learning que analiza los datos de consumo de los clientes potenciales para recomendar al negocio.

Para saber más, visita <https://www.reworth.co/>