



5 razones por las que devolver dinero a tus clientes es una estrategia positiva para el negocio

Ciudad de México. 15 de marzo de 2022.- ¿Por qué una empresa querría que los consumidores le pidan de vuelta lo que gastaron? No, no se trata de un reclamo o de una petición derivada de la baja calidad de los productos que se ofrecen, sino de una estrategia enfocada en la lealtad.

Actualmente el *cashback*, es decir que el negocio devuelva al cliente un porcentaje del monto total gastado directamente en su cuenta bancaria, se posiciona como una solución para atraer a los consumidores e incrementar el nivel de lealtad.

REWORTH, plataforma tecnológica que permite a los negocios conectar con sus clientes y darles recompensas *cashback* por sus compras, explica las 5 razones por las que los negocios se benefician al devolver dinero a sus consumidores:

1. Satisfacción del cliente

La experiencia de usuario en la actualidad es mucho más importante incluso que el precio de los productos. Es por eso que al ofrecer alternativas a las ofertas tradicionales los negocios generan un impacto más positivo en el *customer experience* que con un simple descuento.

Y no hablamos de cupones ni de tarjetas de puntos. La diferencia del *cashback* es que es dinero real, directamente abonado a la cuenta del cliente. Esto, además, de forma sencilla y sin necesidad de aplicaciones adicionales ni plásticos extras.

2. Los clientes prefieren estas recompensas

Existen cifras, recopiladas por REWORTH, que indican que el 80% de los consumidores afirma que iría a una tienda que nunca antes había visitado si sabe que obtendrán *cashback*.

Esto se acentúa en las generaciones jóvenes: el 74% de la generación Z (nacidos entre 1995-2000) y el 70% de los *millennials* (1985-1995) aumentan su gasto promedio cuando saben que recibirán, al instante, un porcentaje de *cashback* por el simple hecho de realizar la compra.

A largo plazo, ese pequeño porcentaje que el negocio le devuelve al consumidor, se traduce en mayores ingresos al generar montos más altos por compra y mayor frecuencia.

3. Clientes más leales

Un usuario al que le devuelves un porcentaje de su dinero gastado en cada compra, volverá a tu negocio una y otra vez.



Datos recopilados por REWORTH indican que el 61% de los usuarios aseguran que la forma más importante en la que una marca puede interactuar con ellos es recompensarlos por ser buenos clientes.

4. Incrementa la conversión

Una de las dudas más grandes de los negocios es ¿cómo convertir a un usuario en un comprador? Sobre todo en el comercio electrónico, es fundamental generar una estrategia que permita que quien navega por tu tienda *online* realmente concluya su navegación con una transacción y no deje el carrito de compras abandonado.

Enviar notificaciones indicando que existe un porcentaje de dinero destinado a ser devuelto tras la compra, tiene mayores posibilidades de llevar a un usuario a la tienda que la notificación de un descuento tradicional.

Además, un estudio de [Aberdeen Group](#) señala que las empresas que ofrecen *cashback* generan un margen de beneficios del 24% por cada usuario, frente al 18% generado por los descuentos.

5. Datos y más datos

El *cashback* que ofrece REWORTH a las empresas, como motor analítico, en la actualidad juega un rol fundamental. Las empresas, con cada compra, generan datos que van creando un perfil más personalizado del usuario.

Esa información es compartida por REWORTH con las instituciones financieras afiliadas al *cashback* para que dentro de su app le ofrezcan al usuario recomendaciones personalizadas sobre negocios que, de acuerdo a sus hábitos, podrían interesarle, al tiempo que el comercio obtiene mayor exposición dentro de las plataformas digitales.

En la actualidad, el *cashback* es el enfoque que permite a los negocios acercarse al consumidor actual que, luego de la pandemia, ha cambiado radicalmente sus hábitos de compra y que no se conforma con acudir a un negocio que ofrece productos más baratos que la competencia.

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/>