



# Capiolty Loyal

Your own retail experience  
by NTT DATA

## Next Best Action y modelo de fuga

Capiolty Loyal utiliza técnicas de análisis avanzado del dato de IA para ayudar a los retailers a monetizar sus programas de fidelización, incrementar la retención de los clientes y aumentar el valor del tiempo de vida del cliente (Customer Lifetime Value).

### El reto del Retail

Atraer a un cliente nuevo es mucho más costoso que mantener a uno existente.

El cliente fidelizado es más receptivo que el comprador ocasional a cualquier acción que un retailer haya diseñado, como por ejemplo intentar aumentar el tamaño de la cesta de la compra o la recurrencia de visita a tienda.

Asimismo, es un excelente embajador considerando que es mucho más probable que recomiende a otros una experiencia positiva, sobre todo a través de las redes sociales.

En un sector tan competitivo y en plena transformación digital, los retailers se ven obligados a doblar sus esfuerzos para fidelizar al cliente; Capiolty Loyal proporciona dos soluciones complementarias para enfrentarse a este reto:

1. **NBA** next best action, que ayuda a los retailers minoristas tanto a aumentar el tamaño de la cesta de la compra, como a incrementar el compromiso y el vínculo emocional del cliente con la marca, a través de recomendaciones de productos (construidas con técnicas de microsegmentación y modelos predictivos hyper personalizados).
2. **Churn**, un modelo predictivo de fuga, que actúa como un sistema de alerta temprana e identifica a los clientes con una mayor probabilidad de abandono, permitiendo al retailer tomar medidas correctivas antes de que sea demasiado tarde.

# Características

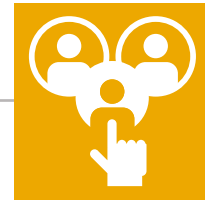
## NBA



Agrupar a los clientes con preferencias de consumo y nivel de fidelización similares, analizando su comportamiento.



Recomienda a cada cliente una serie de productos que nunca ha comprado, basándose en el histórico de compras del grupo de referencia con hábitos de consumo parecidos, pero con un nivel superior de fidelización.

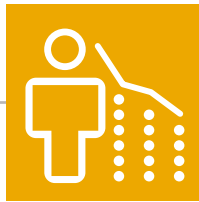


Las recomendaciones se entregan a los clientes objetivo mediante campañas de marketing One to One, ya sea directamente en el punto de venta o a través de los canales digitales.

## CHURN



Analiza los datos de las transacciones y el comportamiento de compra, tanto en los canales digitales como en los puntos de venta físicos, para comprender las causas de la pérdida de clientes, detectando las señales que preceden al abandono.



Genera una lista de clientes en riesgo de fuga que contiene información enriquecida con sus hábitos de compra.



Permite a los retailers definir las acciones de retención dirigidas específicamente a aquellos que corren un alto riesgo de abandono.

## Beneficios

### + PERSONALIZACIÓN

Envía recomendaciones de productos personalizadas en tiempo real.

### + PRODUCTIVIDAD

Aumenta el valor medio (ADS) de la cesta de la compra y las unidades por transacción (UPT).

### + TRÁFICO

Aumenta la afluencia a la tienda y la frecuencia de compra de los clientes.

### + FIDELIZACIÓN

Aumenta el valor del tiempo de vida del cliente (LTV) y fomenta la fidelización.

### + RETENCIÓN

Diseña estrategias de retención personalizadas para incentivar a los clientes con alta probabilidad de abandono a seguir comprando.

### + IMPLEMENTACIÓN RÁPIDA

Se ubica en la nube para una rápida puesta en marcha, no requiere ninguna inversión inicial y el modelo de negocio es SAAS.

Capiolty Loyal utiliza las técnicas de análisis del dato más avanzadas y la IA para ayudar a los retailers a crear programas de fidelización que aumentan el valor del tiempo de vida del cliente, impulsando la retención y transformando a los clientes en embajadores «Be an Ambassador» de la marca.

