

Aprende. Responde. Acompaña.

Guía comercial de Perkss

Respuestas claras para conversaciones con negocios.

Perkss ayuda a tu negocio a conocer quién te compra, dar motivos para que vuelva y mantener el contacto después de la compra. Empiezas con un programa sencillo de recompensas y una tarjeta digital en el móvil del cliente.

110 preguntas · 12 secciones · 8 casos prácticos

Encuentra la respuesta

Empieza por qué es Perkss o ve al tema que te interesa. Cada pregunta incluye una respuesta para explicar al negocio y, cuando ayuda, una nota para entenderla mejor.

- 01 ¿Qué es Perkss?
- 02 ¿Para qué le sirve a mi negocio?
- 03 ¿Cómo funciona para mi cliente?
- 04 ¿Qué recompensas puedo ofrecer?
- 05 ¿Qué hace mi equipo en el día a día?
- 06 ¿Cómo conozco mejor a mis clientes?
- 07 ¿Cómo consigo que vuelvan?
- 08 ¿Y si no tengo tiempo para gestionarlo?
- 09 ¿Cómo empiezo y cómo encaja con mi negocio?
- 10 ¿Cómo respondo cuando el negocio duda?
- 11 ¿Cómo ayudo a un negocio que ya usa Perkss?
- 12 ¿Cuánto cuesta Perkss?

Casos prácticos

Situaciones habituales y acciones concretas para enseñar el valor de los datos y la comunicación.

Una misma base para consultar y conversar

Este PDF contiene las mismas preguntas y respuestas del centro comercial. Puede añadirse como fuente a NotebookLM. Los ejemplos de recompensas ilustran una mecánica; no son precios de Perkss ni resultados garantizados.

Sección 01

¿Qué es Perkss?

Perkss ayuda a tu negocio a conocer quién te compra, dar motivos para que vuelva y mantener el contacto después de la compra. Empiezas con un programa sencillo de recompensas y una tarjeta digital en el móvil del cliente.

¿Qué es Perkss, explicado en una frase?

Perkss ayuda a negocios físicos, online o mixtos a conocer quién les compra, dar motivos para volver y mantener el contacto después de la compra. Empiezas con un programa sencillo de recompensas y una tarjeta digital con tu marca.

Para entenderlo mejor: Puedes empezar hablando de algo que el negocio ya conoce: cuánto factura. Perkss le ayuda a saber quién le hace facturar y a cuidar esa relación. Funciona para negocios de distintos tamaños y se adapta cuando necesitan algo más.

¿Qué significa identificar a mis clientes?

Que la persona se apunta a tu programa y deja sus datos. A partir de ahí puedes relacionar sus compras y visitas registradas con su ficha, tanto en el local como en la web.

Para entenderlo mejor: El registro es la puerta de entrada. La recompensa da al cliente un motivo claro para apuntarse.

¿Qué significa fidelizar?

Dar a tus clientes un motivo para seguir eligiéndote, por ejemplo acumulando sellos o saldo para una próxima compra.

¿Qué significa reactivar a un cliente?

Darte cuenta de que un cliente lleva tiempo sin comprar y volver a hablarle con un mensaje o una recompensa que le dé un motivo para regresar.

¿Para qué tipos de negocios tiene sentido?

Para negocios pequeños, medianos y grandes, físicos, online o mixtos. Encaja especialmente bien cuando interesa que el cliente repita y cuando el negocio está creciendo y quiere conservar el trato cercano.

Para entenderlo mejor: Un comercio pequeño empieza con algo sencillo. Una marca con más locales o necesidades puede adaptar la tecnología a su operación.

¿Por qué Perkss es más que una tarjeta digital?

Porque detrás de la tarjeta hay una base de clientes compartida entre tus canales, recompensas y comunicaciones. Puedes conocer mejor a quienes te compran y actuar para que vuelvan.

Para entenderlo mejor: La tarjeta ayuda a que el cliente participe; el valor para el negocio continúa cuando esa persona sale del local.

¿Cómo se combinan los datos, la comunicación y la presencia de marca?

Datos para conocer a tus clientes; comunicación para hablarles con un motivo; y presencia con tu tarjeta de marca en su celular.

¿Cuál es el principal argumento para vender Perkss?

Que la relación con el cliente puede continuar después de que salga del local: conocerlo, darle motivos para volver y comunicarte con él en momentos relevantes.

¿Es sencillo para una persona poco tecnológica?

Perkss está pensado para que dueños y equipos puedan gestionar la lealtad con una experiencia sencilla y fácil de usar, sin necesitar conocimientos técnicos.

Sección 02

¿Para qué le sirve a mi negocio?

Conocer a tus clientes, conseguir más segundas visitas y recuperar a quienes están dejando de venir. Aquí empieza la conversación sobre valor.

¿Qué problema resuelve para un negocio?

Muchos negocios saben cuánto venden, pero tienen poca información sobre quién les compra y quién vuelve. Perkss convierte el programa de recompensas en una forma sencilla de identificar a esos clientes y seguir en contacto con ellos.

Para entenderlo mejor: Piensa en una persona que compra una sola vez. Si sabes quién es y tienes un canal para hablarle, puedes darle un motivo para una segunda visita.

¿Por qué es mejor una tarjeta digital que una de papel?

El cliente lleva su tarjeta en el móvil y evita acumular tarjetas de papel. El negocio obtiene datos, puede mantener el contacto y medir la actividad del programa.

Para entenderlo mejor: No vendas solo la comodidad. Explica los tres beneficios juntos: datos, comunicación y presencia de marca.

¿Por qué no basta con tener una lista de teléfonos?

Porque conocer un contacto no te dice por sí solo cómo compra ni cuándo conviene hablarle. Con Perkss puedes conectar los datos con la actividad registrada y el programa de lealtad.

¿Qué gana mi negocio con estar en Wallet?

Un punto de contacto con tu marca en el celular del cliente, donde puede tener su tarjeta y consultar el progreso de su programa.

¿Qué cambiaría en mi negocio al usar Perkss?

Tendrías una forma organizada de conocer la actividad de tus clientes, ofrecerles recompensas y mantener el contacto después de la compra.

¿Por qué no hago simplemente un descuento para todos?

Un descuento general puede servir para una acción puntual. Perkss te permite trabajar una relación: reconocer al cliente, premiar un comportamiento y comunicar según su momento.

¿Para qué necesito datos si ya conozco a mis clientes?

Conocerlos personalmente es una ventaja. Los datos te ayudan a conservar ese conocimiento, compartirlo con tu equipo y ver cambios de actividad que pueden pasar desapercibidos.

¿Perkss me trae clientes nuevos?

Su foco principal es trabajar la relación con quienes se incorporan a tu programa: conocerlos, premiarlos y darles motivos para volver.

¿Me sirve aunque mi negocio sea pequeño?

Puede servirte si tienes clientes que pueden repetir y una forma clara de premiar esa relación. Podemos mostrarte cómo sería el programa con la operación que ya tienes.

¿Me sirve aunque no venda por internet?

Sí. Puedes trabajar el registro, las recompensas y la comunicación de tus clientes de tienda física. La web es otro canal que puedes conectar cuando forme parte de tu negocio.

¿Cómo sé qué estoy consiguiendo, aparte de repartir recompensas?

Podemos definir qué quieres mejorar, por ejemplo que tus clientes vuelvan o que utilicen una recompensa, y revisar la actividad registrada para valorar cómo evoluciona.

¿Qué diferencia a Perkss de otro programa de lealtad?

Combinamos un programa sencillo, conocimiento de los clientes y formas de seguir en contacto. Además, te acompañamos para que el programa siga utilizándose y podemos adaptarnos a necesidades de tu negocio.

Para entenderlo mejor: En la conversación, elige el beneficio que le importa: facilidad, mantener el trato al crecer o tener ayuda para utilizar sus datos.

¿Por qué usarlo si no tengo tiempo para mirar informes?

Puedes empezar por un objetivo claro y acciones concretas. Si necesitas ayuda para interpretar los datos y mantener esas acciones, Perkss Managed está pensado para acompañarte.

Sección 03

¿Cómo funciona para mi cliente?

Desde el QR hasta su próxima recompensa: un recorrido sencillo, con la marca de tu negocio.

¿Cómo se apunta una persona a mi programa?

Escanea el QR o abre el enlace de registro de tu negocio, completa sus datos y se une a tu programa de lealtad.

¿Dónde guarda el cliente su tarjeta?

Puede añadir su tarjeta digital a Apple Wallet o Google Wallet. También dispone de una página de su programa para consultar su perfil y actividad.

¿El cliente necesita descargar una app de Perkss?

No necesita descargar una aplicación de Perkss. Se apunta desde una web y puede guardar su tarjeta en Apple Wallet o Google Wallet, además de consultar su perfil y actividad en la web.

Para entenderlo mejor: Guardar la tarjeta es cómodo, pero no es obligatorio para participar.

¿La tarjeta lleva la marca de Perkss o la mía?

Puedes personalizar la tarjeta digital y la pantalla de registro con el logo, los colores y la identidad de tu negocio.

¿Se puede personalizar lo que se pide al registrarse?

Sí. Nombre, teléfono y email son los datos obligatorios. Después puedes añadir campos opcionales que te ayuden a conocer mejor al cliente, como ciudad o cómo conoció tu negocio.

Para entenderlo mejor: Pide información que vayas a utilizar. Un registro fácil de completar ayuda a que más personas terminen de apuntarse.

¿Y si un cliente no quiere o no puede añadir la tarjeta a Wallet?

Sí puede participar sin guardar la tarjeta. Tiene su perfil web y el personal puede encontrarlo por su nombre o teléfono para gestionar sus recompensas.

Para entenderlo mejor: La tarjeta facilita tener el QR a mano; no es la única forma de identificar al cliente.

¿Qué hago si un cliente no encuentra su tarjeta?

Puede volver al registro del negocio e introducir el mismo teléfono. Perkss reconoce ese número y recupera la misma tarjeta. El personal también puede buscarlo por su nombre o teléfono.

Para entenderlo mejor: El teléfono es el identificador principal. En Shopify también interviene el email para conectar la relación del cliente.

¿Y si mis clientes no se apuntan al programa?

La herramienta necesita que los clientes participen. Conviene presentar un beneficio fácil de entender, hacer visible el registro y explicar el programa durante la atención.

¿Y si mis clientes son poco tecnológicos?

Podemos enseñarles un recorrido sencillo: abrir un enlace o escanear un QR, registrarse y guardar la tarjeta si su celular es compatible.

¿Puedo dar una recompensa por apuntarse?

Sí. Puedes ofrecer una recompensa de bienvenida para que al cliente le resulte más atractivo registrarse.

Para entenderlo mejor: Presenta el beneficio de forma clara cuando lo invites a escanear el QR.

Sección 04

¿Qué recompensas puedo ofrecer?

Dos formas fáciles de dar motivos para volver. Elige las reglas que encajen con tu negocio y entiende cómo se acumulan y utilizan las recompensas.

¿Cómo funciona un programa de sellos?

Es la tarjeta de sellos de toda la vida, en el móvil: decides cuántos sellos necesita el cliente y qué premio recibe al completar el objetivo. Tu negocio elige y asume la recompensa.

Para entenderlo mejor: Por ejemplo, seis cafés y una recompensa al completar la tarjeta. Lo digital añade información para revisar cómo está funcionando ese incentivo.

¿Qué es el cashback en Perkss?

Es una parte de la compra que vuelve al cliente como saldo para próximas compras. Puedes ofrecerlo sin objetivo de consumo o desbloquearlo al completar ciclos de gasto que tú defines.

Para entenderlo mejor: Con un objetivo de 100 USD y una recompensa de 5 USD, al gastar 120 USD desbloquea 5 USD y los 20 USD restantes cuentan para el siguiente ciclo. Es un ejemplo de programa, no un precio de Perkss.

¿Qué diferencia hay entre sellos y cashback?

Con sellos el cliente avanza hacia un premio concreto. Con cashback acumula saldo para gastar después. Si quieres conectar tienda física y Shopify, el programa actual debe ser de cashback en ambos canales.

Para entenderlo mejor: Elige según lo que resulte fácil de entender y lo que quieras incentivar. No hace falta complicar el programa para que tenga valor.

¿Tengo que regalar un descuento en cada venta?

Podemos diseñar una recompensa que tenga sentido para tu negocio, como un objetivo de sellos o saldo para una compra futura.

¿Puedo tener puntos o niveles además de sellos y cashback?

Ahora mismo la oferta se centra en sellos y cashback. Puntos y niveles todavía no están disponibles.

Para entenderlo mejor: Si te preguntan, explica con claridad lo que pueden poner en marcha hoy.

¿Cómo funciona el cashback sin objetivo de consumo?

El cliente acumula saldo según el porcentaje que elija el negocio. No necesita alcanzar un objetivo de gasto para desbloquearlo y puede utilizar el saldo disponible en compras posteriores.

Para entenderlo mejor: Por ejemplo, con un 5 % de cashback, una compra de 40 USD genera 2 USD de saldo para después.

¿Cómo funciona el cashback con objetivo?

El cliente desbloquea una recompensa cada vez que completa el objetivo de gasto. Con un objetivo de 100 USD y una recompensa de 5 USD, al gastar 120 USD desbloquea 5 USD y los 20 USD sobrantes cuentan para el siguiente ciclo.

Para entenderlo mejor: Al llegar a 200 USD de consumo habrá desbloqueado 10 USD en total. El saldo disponible depende de lo que ya haya canjeado.

¿Puede gastar solo parte de su saldo?

Sí. Puede utilizar una parte del cashback disponible y conservar el resto para otra compra.

¿Puede usar la recompensa en la compra que la desbloquea?

En el funcionamiento general, no. La recompensa recién desbloqueada se utiliza en una compra posterior. Si el negocio necesita una regla diferente, se revisa como una configuración específica.

Para entenderlo mejor: El objetivo es dar un motivo para la siguiente visita. No ofrezcas una excepción sin acordarla con el equipo.

¿Caducan los sellos o las recompensas?

Actualmente no puedes configurar caducidad de sellos ni recompensas. Si un negocio necesita esa función, podemos estudiar su desarrollo como una adaptación.

Para entenderlo mejor: Es una posibilidad a valorar para un proyecto concreto, no una opción disponible hoy para activar.

Sección 05

¿Qué hace mi equipo en el día a día?

Identificar al cliente, acumular y aplicar recompensas. Una operativa sencilla, con automatización según la integración que utilices.

¿Cómo se acumulan y se canjean las recompensas en mi local?

Buscas al cliente por nombre o teléfono, o escaneas el QR de su tarjeta. Añades los sellos o el importe de compra y aplicas la recompensa disponible cuando corresponda. En Odoo lo haces con unos botones dentro de la caja.

Para entenderlo mejor: Con la aplicación propia, el equipo también ajusta el importe que cobra al usar el cashback. En Shopify se acumula automáticamente y el cliente decide utilizar su saldo.

¿Qué puede hacer mi equipo desde el celular?

Puede encontrar al cliente, escanear su QR, dar o quitar sellos, ajustar recompensas y aplicar las que ya tiene disponibles.

Para entenderlo mejor: El objetivo es que el personal pueda gestionar la visita sin tener que interpretar informes o diseñar campañas.

Mi equipo va a tardar más atendiendo.

La operativa está pensada para ser sencilla: identificar al cliente y añadir o aplicar su recompensa. En Odoo se hace dentro de caja; en Shopify el cashback es automático. Te mostramos el recorrido que corresponde a tu negocio.

Para entenderlo mejor: En la aplicación propia se registra el sello o importe de compra. La sencillez se explica mostrando los pasos, sin prometer que todos los sistemas funcionan igual.

¿Qué hago si no aparece un sello o saldo esperado?

Revisa la compra registrada. Si se introdujo un importe o una recompensa incorrectos, puedes ajustar manualmente la recompensa del cliente desde la aplicación. Si necesitas ayuda, contacta con la persona que acompaña tu negocio.

Para entenderlo mejor: En la aplicación puedes dar o quitar sellos y recompensas. Si hubo una devolución, revisa cómo se ha registrado antes de ajustar el saldo.

¿Cómo entrega el empleado un premio de sellos?

En la aplicación aparece el premio que el cliente ya puede canjear. El empleado pulsa Aplicar y se registra el canje. El cliente recibe una notificación de que ha utilizado la recompensa.

¿Cómo corrijo una recompensa o un importe mal registrado?

Desde la aplicación puedes ajustar manualmente la recompensa del cliente: dar o quitar sellos y recompensas. Así corriges un error sin rehacer el programa.

Para entenderlo mejor: Si se devuelve una compra, revisa lo que se había acumulado antes de ajustar. No des por hecho que todos los sistemas lo corrigen automáticamente.

Sección 06

¿Cómo conozco mejor a mis clientes?

Quién vuelve, quién compra más y qué buenos clientes están viniendo menos. Usa esa información para decidir tu siguiente acción.

¿Qué puedo saber de mis clientes?

Puedes ver los datos que dejó al apuntarse, cuánto compra, cuántas veces viene y sus recompensas. Perkss reúne sus compras de tienda y web y te ayuda a distinguir a los nuevos, a tus mejores clientes y a quienes están dejando de venir.

Para entenderlo mejor: Puedes preguntarte a qué clientes deberías prestar atención ahora. Un buen cliente que está viniendo menos merece una acción distinta a alguien que acaba de llegar.

¿Cómo sabré si el programa está funcionando?

Puedes revisar las visitas, quienes repiten o solo compraron una vez, el ticket medio, el uso de recompensas y los resultados de las comunicaciones. Así puedes ver cómo evoluciona el programa y decidir qué ajustar.

Para entenderlo mejor: Empieza por una pregunta concreta: ¿Estamos consiguiendo que más clientes hagan una segunda compra? Distingue la evolución observada de una garantía de ventas.

¿Qué diferencia hay entre un cliente en riesgo y uno perdido?

Un cliente en riesgo está viniendo menos de lo habitual. Uno perdido lleva mucho más tiempo sin comprar. Puedes preparar mensajes distintos para cada situación: recordar el negocio al primero e intentar recuperar la relación con el segundo.

¿Cómo ayudan los datos a decidir qué incentivo ofrecer?

Te ayudan a entender cómo compran y vuelven tus clientes, para plantear un incentivo con un objetivo y observar qué ocurre después.

¿Cómo distingue Perkss a mis mejores clientes y a quienes están dejando de venir?

Se fija en cuándo compraron por última vez, cuántas veces compran y cuánto gastan. Con eso organiza grupos como nuevos, VIP, posibles VIP, clientes en riesgo o perdidos. Este método se conoce como RFM.

Para entenderlo mejor: En la venta, explica que podrá ver qué buenos clientes están viniendo menos y actuar antes de perder la relación.

Sección 07

¿Cómo consigo que vuelvan?

Continúa la conversación después de la compra con mensajes que encajen con el momento de cada cliente.

¿Puedo escribir a mis clientes desde Perkss?

Sí, por email, WhatsApp y avisos en Wallet, la aplicación donde guarda su tarjeta. Los emails pueden enviarse automáticamente después de conectar el correo de tu negocio y preparar los mensajes. WhatsApp también puede automatizarse; los mensajes de Wallet normalmente se envían manualmente.

Para entenderlo mejor: Elige el canal y el mensaje según el motivo: dar la bienvenida, recordar una recompensa o invitar a volver.

¿Puedo enviar mensajes diferentes a distintos grupos?

Sí. Puedes adaptar lo que envías según cómo compra cada grupo: nuevos clientes, quienes vienen mucho o quienes están perdiendo la costumbre de visitarte.

Para entenderlo mejor: No necesitas hablarle a todo el mundo igual. Un mensaje relevante suele tener más sentido que una promoción general sin contexto.

¿Puede ayudarme con clientes que dejaron de venir?

Sí. Puedes preparar mensajes para recordar tu negocio a quienes llevan tiempo sin comprar y darles un motivo para volver. Los emails pueden enviarse automáticamente según la actividad del cliente.

¿Puede avisar a un cliente cuando pasa cerca del local?

Sí, en Apple Wallet se puede mostrar un aviso de cercanía cuando la tarjeta está configurada para tu local. Puedes adaptar el mensaje. Su aparición depende del sistema y de los ajustes del móvil; la disponibilidad en Google se confirmará cuando esté habilitada.

Para entenderlo mejor: Es una forma de recordar tu negocio cuando el cliente está cerca. No prometas una distancia exacta, que aparezca siempre ni que el cliente no pueda desactivarlo.

¿Puede ayudarme a conseguir reseñas?

Sí. La tarjeta puede incluir un enlace para dejar una reseña y puedes enviar una comunicación para invitar al cliente a compartir su experiencia.

Para entenderlo mejor: Facilitas que deje su opinión; la decisión y la valoración son del cliente.

¿Qué son los emails que acompañan al cliente?

Son mensajes que se envían según lo que está pasando: el cliente acaba de apuntarse, ha hecho su primera compra, tiene una recompensa o lleva tiempo sin venir.

Para entenderlo mejor: Por ejemplo, después de su primera visita puedes explicarle qué ganará al volver. Estos mensajes también se conocen como emails de ciclo de vida.

¿Qué momentos pueden activar un email?

Perkss contempla bienvenida, primera acumulación, compras, cercanía a una recompensa, recompensa desbloqueada, canje, hitos de visitas o consumo, cumpleaños y aniversario.

¿Puede ayudar a que un cliente nuevo haga su segunda compra?

Sí. Puedes recibir al cliente con un mensaje de bienvenida, explicarle su recompensa y darle un motivo para una segunda visita. Una vez preparados, esos emails pueden enviarse automáticamente.

¿Puede recordar que el cliente está cerca de una recompensa?

Sí. El producto contempla avisos cuando se acerca a una recompensa y cuando ya la ha desbloqueado, para que sepa que tiene un motivo para volver.

¿Puede felicitar por cumpleaños o aniversario?

Sí. Si tienes su fecha de cumpleaños o la fecha del aniversario que quieres celebrar, puedes preparar un mensaje y activar su envío automático.

¿Puedo adaptar los mensajes a mi marca?

Sí. Puedes preparar las comunicaciones con la imagen y el tono de tu negocio. Los mensajes se validan con el dueño o la persona responsable.

Para entenderlo mejor: La automatización no exige perder la voz de tu marca.

¿Las automatizaciones lo hacen todo sin que tenga que decidir nada?

Una vez preparados y activados, los mensajes automáticos trabajan por ti. Antes se eligen las reglas, los contenidos y las recompensas. Puedes hacerlo con ayuda del equipo o delegarlo en Managed.

Para entenderlo mejor: La finalidad es reducir trabajo repetitivo, manteniendo al negocio al tanto de la dirección y los resultados.

¿Cómo sigo en contacto cuando el cliente se va del local?

Cuando se une a tu programa, puedes mantener la relación con la tarjeta digital y comunicaciones relevantes, como un avance hacia su recompensa o un motivo para volver.

¿Qué hago si un cliente no recibió un mensaje?

Comprueba el canal, el destinatario y el estado que muestre la consola. Si sigue sin estar claro, consulta con soporte.

¿Los mensajes vienen preparados o hay que crearlos desde cero?

Puedes usar mensajes de bienvenida y recuperación ya preparados o adaptarlos a tu negocio. Para los emails, primero se conecta el correo del negocio y se eligen los mensajes; después se envían automáticamente. WhatsApp también puede automatizarse. Los avisos de Wallet normalmente se envían manualmente.

Sección 08

¿Y si no tengo tiempo para gestionarlo?

Puedes contar con acompañamiento y, con Perkss Managed, dejar la gestión en manos del equipo mientras tú validas la dirección de tu marca.

No tengo tiempo para gestionar otra herramienta.

Precisamente por eso existe Perkss Managed. Nos encargamos de gestionar el programa, las acciones y las comunicaciones; tú validas que encajen con tu marca y recibes los resultados.

Para entenderlo mejor: El valor está en mantenerlo funcionando, no en añadir otra lista de tareas al dueño.

¿Qué es Perkss Managed?

Es el servicio con el que nos encargamos de gestionar tu programa y las acciones para que tus clientes vuelvan. Tú validas que lo que hacemos encaje con tu marca y te mostramos los resultados.

Para entenderlo mejor: Un programa instalado que nadie utiliza tiene poco valor. Managed ayuda a mantenerlo activo y a convertir los datos en acciones.

¿Por qué existe el servicio gestionado?

Porque muchos negocios tienen datos de clientes pero no tienen tiempo, equipo o experiencia para convertirlos en acciones constantes. Managed ayuda a que esa información se utilice.

¿Qué diferencia hay entre usar Perkss y tener Managed?

Con Perkss tienes las herramientas y acompañamiento para utilizarlas. Con Managed, el equipo asume la gestión: prepara las acciones y comunicaciones, las mantiene en marcha y te reporta los resultados.

Para entenderlo mejor: La diferencia principal es quién lleva el trabajo continuado del programa.

¿Para quién tiene más sentido Managed?

Para un negocio que quiere trabajar las próximas visitas de sus clientes pero necesita apoyo para preparar campañas, escribir mensajes o interpretar sus datos.

¿Qué haría el equipo de Perkss por mi negocio?

Preparamos qué acciones hacer, a qué clientes dirigirlas y qué mensajes enviar. Mantenemos esas acciones en marcha y revisamos los resultados para mejorar. Tú validas que encajen con tu negocio.

Para entenderlo mejor: El servicio publicado también contempla materiales de mostrador y vídeos para formar al equipo. El alcance concreto se acuerda al empezar.

¿Voy a perder el control de mi marca o mis promociones?

No. El dueño o la persona responsable valida los mensajes y la dirección del programa. Managed se encarga del trabajo, manteniendo la comunicación alineada con tu marca.

Para entenderlo mejor: Puedes delegar la ejecución y conservar la decisión sobre cómo quieres hablar con tus clientes.

¿Managed es contratar una agencia de publicidad?

Su foco es aprovechar la relación con tus clientes: trabajar los datos, las recompensas y las comunicaciones para darles motivos para volver.

Ya tengo marketing. ¿Para qué quiero Managed?

Puede ayudarte a dedicar atención a tus clientes actuales: preparar acciones según sus visitas, recompensas y momento de relación con el negocio.

Sección 09

¿Cómo empiezo y cómo encaja con mi negocio?

Pon en marcha el programa básico en 15-20 minutos. Conecta tienda y web, incorpora tu lista de clientes o plantea una adaptación cuando la necesites.

¿Cómo empiezo con Perkss?

Crea tu cuenta, completa los datos de tu negocio, elige sellos o cashback y personaliza el programa con tus imágenes y textos. Puedes hacerlo por tu cuenta en 15-20 minutos o contar con nuestra ayuda.

Para entenderlo mejor: Ten a mano los datos fiscales, un par de imágenes y la idea de recompensa. Perkss también puede recomendarte un programa.

¿Qué debería preparar antes de una demo?

Cuéntanos qué negocio tienes, cómo consigues que los clientes vuelvan y qué recompensa te gustaría ofrecer. Ten a mano tu logo si quieres ver cómo quedaría la tarjeta.

¿Necesito ser experto en tecnología?

No. Está pensado para que dueños y equipos lo utilicen sin conocimientos técnicos. Empiezas con un programa sencillo y unas pocas tareas claras en el día a día.

Para entenderlo mejor: Muestra una operación real: identificar al cliente, añadir un sello y aplicar una recompensa. Se entiende mejor viendo el recorrido.

¿Tengo que cambiar mi sistema de caja?

Puedes usar la aplicación de Perkss para tu equipo o conectar el programa con Odoo o Shopify. Revisamos cómo trabajas para encajar las recompensas en tu forma de cobrar y atender.

¿Y si tengo varios locales?

Sí. Puedes trabajar un mismo programa entre distintos locales de tu marca y entre tienda y web. Si conectas Shopify, usa cashback como tipo de programa en todos los canales conectados.

Para entenderlo mejor: La relación con la marca continúa aunque el cliente compre en otro local o por internet.

¿Puedo incorporar una lista de clientes que ya tengo?

Sí. Podemos incorporar tu lista con un archivo CSV, un formato de hoja de cálculo. Si ya tienes un programa de recompensas, acordamos cómo trasladarlo al nuevo programa de Perkss.

Para entenderlo mejor: No hace falta empezar de cero. Revisamos el archivo para concretar qué datos y actividad anterior se pueden trasladar.

¿Cuánto tarda en estar listo?

Un programa básico puede estar listo en 15-20 minutos, incluso si lo haces por tu cuenta. Importar una base, preparar todos los emails o realizar una integración específica lleva trabajo adicional.

Para entenderlo mejor: Separa el inicio sencillo de los proyectos con más preparación. El plazo se refiere a crear y poner en marcha el programa básico.

¿Perkss funciona para tienda física y tienda online?

Sí. Perkss conecta la lealtad con ambos canales para trabajar la relación con el cliente más allá del lugar donde compra.

¿Se puede reconocer al mismo cliente en tienda y web?

Sí. Perkss conecta la relación del cliente entre tienda y web. El teléfono es el identificador principal y, en Shopify, también interviene el email.

Para entenderlo mejor: Utiliza datos consistentes en el registro para conservar la relación del cliente entre canales.

¿Qué aporta conectar la tienda física con la web?

Que el negocio pueda entender mejor la relación completa con ese cliente y preparar acciones que tengan en cuenta cómo compra en ambos canales.

¿Tenéis integración con Shopify?

Sí. En Shopify el cliente acumula cashback automáticamente y decide cuándo usarlo como saldo en la tienda. Shopify llama a ese saldo store credits. Actualmente la integración funciona con cashback.

Para entenderlo mejor: Si conectas Shopify y tienda física, el programa debe ser cashback en ambos canales. Sellos y otras mecánicas en Shopify son futuras, no parte de la oferta actual.

¿Tenéis integración con Odoo?

Sí. La integración con Odoo incorpora el programa al flujo de caja. Con unos botones, el empleado identifica al cliente y gestiona la acumulación y el uso de sus recompensas.

Para entenderlo mejor: La automatización acompaña el trabajo en caja; explica los botones que realmente usará ese equipo.

¿Puede ganar una recompensa en un canal y usarla en otro?

Sí. El cliente puede acumular en la web y utilizar su recompensa en el local, y al revés. Los canales conectados deben usar el mismo tipo de programa; con Shopify, actualmente es cashback.

Para entenderlo mejor: Es la misma relación con tu marca, aunque cambie el lugar donde compra.

¿Y si mi caja o mi web usan otra plataforma?

Podemos estudiar una integración para tu sistema. Perkss se adapta a necesidades concretas del negocio; el equipo concreta contigo qué hace falta y cómo prepararlo.

Para entenderlo mejor: Una adaptación se plantea con el equipo antes de prometer una función o una fecha específica.

¿Puedo poner en marcha el programa en minutos?

Sí. Puedes crear y poner en marcha el programa básico en 15-20 minutos, por tu cuenta o con ayuda. Necesitas los datos del negocio, un par de imágenes y los textos del programa.

Para entenderlo mejor: La importación de datos, el conjunto de emails y las adaptaciones se preparan aparte.

¿Qué debería ver en una demo para saber si me sirve?

Cómo se registra un cliente, cómo ve y utiliza su recompensa, qué información consulta el negocio y cómo se mantiene el contacto después. Si necesitas apoyo, también cómo trabajaría contigo Perkss Managed.

¿Podéis adaptar Perkss a necesidades de un negocio grande?

Sí. Podemos plantear integraciones concretas, recompensas vinculadas a determinados productos o una mecánica de juego adaptada al negocio. Un programa de referidos también puede estudiarse como desarrollo a demanda.

Para entenderlo mejor: Primero concreta qué necesita conseguir el negocio. Estas posibilidades se acuerdan como adaptaciones; no se presentan como funciones estándar ya incluidas.

Sección 10

¿Cómo respondo cuando el negocio duda?

Respuestas cercanas para entender qué le preocupa y explicar el valor sin presionarlo.

Mis clientes ya vuelven. ¿Para qué me sirve?

Eso es una buena base. Perkss te ayuda a cuidar esa relación y a contactar si cambian las circunstancias: por ejemplo, si te mudas o unas obras reducen el paso frente a tu local. También puedes detectar a quienes están viniendo menos.

Para entenderlo mejor: Pregunta: Si mañana quisieras avisar a tus buenos clientes de un cambio, ¿tendrías una forma directa de hacerlo?

Ya tengo tarjetas de sellos en papel.

Puedes mantener una mecánica que tus clientes ya entienden y llevarla al móvil. Además de los sellos, tendrás datos para saber quién participa, quién vuelve y cómo está funcionando la recompensa.

Para entenderlo mejor: Una tarjeta de papel sirve para contar sellos. La digital conecta esa experiencia con el conocimiento y la comunicación del cliente.

Ya uso WhatsApp para hablar con mis clientes.

Eso puede seguir siendo útil. Perkss reúne el programa de lealtad, la actividad del cliente y las comunicaciones para conectar el mensaje con su relación con tu negocio.

No quiero estar regalando margen.

La recompensa debe tener sentido para tu negocio. Podemos explorar un objetivo de sellos o saldo para una próxima compra y decidir qué comportamiento quieres premiar.

¿Me garantizas que voy a vender más?

Perkss te da herramientas para trabajar la lealtad y mantener el contacto. El resultado depende del negocio, la recompensa, la participación y cómo se utiliza el programa.

Quiero pensarlo.

Claro. Para que puedas valorarlo, podemos dejarte claro cómo sería el programa en tu negocio y resolver la duda que más te importe.

Sección 11

¿Cómo ayudo a un negocio que ya usa Perkss?

Accesos, cambios, datos y ayuda práctica para mantener el programa funcionando.

¿Dónde entro para gestionar mi programa?

En console.perkss.io. Desde ahí gestionas el programa y consultas tus clientes y resultados.

¿Cómo contacto con soporte?

Puedes contactar con la persona asignada a tu negocio o escribir a soporte@perkss.io. El equipo te acompaña y te ayuda a resolver las dudas de uso.

Para entenderlo mejor: Tener una persona de contacto facilita que el programa siga funcionando. No lo presentes como una garantía de atención 24/7.

¿Qué pasa si cambio las reglas del programa?

Si cambias las reglas, el programa se actualiza. En cashback con objetivo, el ajuste se calcula automáticamente con una fórmula.

Para entenderlo mejor: Antes de hacer un cambio, revisa cómo queda el programa y explícalo a tu equipo. No presupongas que todas las recompensas anteriores permanecen idénticas.

¿Qué respondo a preguntas sobre privacidad y propiedad de los datos?

Puedes consultar los términos y la política de privacidad de Perkss. Si tienes una consulta concreta, el equipo te ayuda a aclararla.

¿Puedo descargar mi base de clientes?

Sí. El negocio puede exportar su base de datos desde Perkss.

Sección 12

¿Cuánto cuesta Perkss?

Precios publicados en perkss.com.do, comprobados el 1 de octubre de 2026. Elige según los miembros del programa y si lo gestionas tú o el equipo de Perkss.

¿Cuánto cuesta si lo gestiono yo?

El precio depende de las personas inscritas en tu programa:

Starter (hasta 1.000): 29 USD/mes o 290 USD/año.

Growth (1.001-5.000): 49 USD/mes o 490 USD/año.

Plus (5.001-10.000): 89 USD/mes o 890 USD/año.

Pro (10.001-15.000): 119 USD/mes o 1.190 USD/año.

Business (15.001-20.000): 149 USD/mes o 1.490 USD/año.

Scale (más de 20.000): precio por miembro.

Para entenderlo mejor: Referencia: perkss.com.do/es/pricing, comprobada el 1 de octubre de 2026. Revisa esa página al preparar una propuesta.

¿Cuánto cuesta Perkss Managed?

Estos son los precios publicados para que el equipo lo gestione por ti:

Starter (hasta 1.000 miembros): 149 USD/mes o 1.490 USD/año.

Growth (1.001-5.000): 349 USD/mes o 3.490 USD/año.

Plus (5.001-10.000): 549 USD/mes o 5.490 USD/año.

Pro (10.001-15.000): 699 USD/mes o 6.990 USD/año.

Business (15.001-20.000): 799 USD/mes o 7.990 USD/año.

Scale (más de 20.000): precio por miembro.

Para entenderlo mejor: En la modalidad mensual de Managed, la web indica un compromiso mínimo de tres meses. Precios comprobados el 1 de octubre de 2026.

¿Qué cambia si pago anualmente?

La web ofrece 12 meses al precio de 10, con un pago anual por adelantado. Por ejemplo, Starter pasa de 29 USD al mes a 290 USD al año.

Para entenderlo mejor: Distingue el precio anual total de un precio mensual equivalente.

¿Qué se considera un miembro?

Una persona inscrita en tu programa, incluidas las que importes. El tramo del plan se elige según el número de miembros.

Para entenderlo mejor: Habla de personas registradas, no de tickets de compra ni de seguidores en redes sociales.

¿Hay coste de alta?

La web indica que el equipo te ayuda a preparar y lanzar el programa sin coste de alta cuando lo gestionas tú. Si necesitas una conexión especial con otro sistema o una función a medida, se acuerda con el equipo.

Para entenderlo mejor: Crear el programa básico y desarrollar algo específico para un negocio son trabajos distintos.

Casos prácticos

Ejemplos de uso para explicar el valor. No son casos de éxito medidos ni resultados garantizados.

Caso 01

Avisar de que abres un nuevo local

Cómo explicarlo: Tu base de clientes te permite avisar a personas que ya conocen tu negocio cuando abres otro local.

La situación: Abres un local y quieres que quienes ya conocen tu negocio se enteren.

Qué mirar: Las personas que ya están apuntadas y a las que puedes escribir. Elige a quienes les resulte útil conocer el nuevo local.

Qué puedes hacer: Cuenta dónde está el nuevo local, cuándo abre y por qué merece una visita.

Un mensaje de ejemplo: Abrimos un nuevo local en [zona]. Nos encantará verte en [dirección]. Tu próxima visita puede ser una buena ocasión para conocerlo.

Qué revisar después: Cuántos clientes del programa visitan el nuevo local. Si quieres saber cuáles llegaron por el mensaje, prepara una forma de comprobarlo.

Caso 02

Animar los días u horas con menos visitas

Cómo explicarlo: Puedes plantear una acción para un momento en el que necesitas más visitas, en lugar de lanzar la misma promoción a todo el mundo.

La situación: Hay días u horas en los que baja la actividad y quieres trabajar ese momento.

Qué mirar: Cuándo baja la actividad y qué clientes podrían estar interesados en venir.

Qué puedes hacer: Prepara una propuesta clara para ese momento y comunícala a los clientes adecuados. Si el premio depende de una hora, acuerda cómo aplicarlo antes de ofrecerlo.

Un mensaje de ejemplo: Esta semana tenemos un motivo especial para que nos visites en [franja]. Consulta [condición del incentivo].

Qué revisar después: Visitas y uso de la recompensa en ese horario. Compáralo con otros días parecidos y ten en cuenta lo que te cuesta el premio.

Caso 03**Reconocer a tus mejores clientes**

Cómo explicarlo: Puedes reconocer a tus mejores clientes usando lo que sabes de su relación contigo, además de lo que recuerdas en el mostrador.

La situación: Quieres saber a quién agradecer especialmente su relación con el negocio.

Qué mirar: Cuántas veces vienen y cuánto compran. Tus mejores clientes también pueden ser los más constantes, no solo quienes hacen una compra grande.

Qué puedes hacer: Prepara un agradecimiento o un beneficio para ese grupo. En Perkss puedes identificar clientes VIP; eso no significa que exista un programa de niveles.

Un mensaje de ejemplo: Gracias por seguir eligiéndonos. Queremos reconocer tu relación con [negocio] con [beneficio acordado].

Qué revisar después: Si participan en la acción y cómo cambian sus visitas.

Caso 04**Recuperar a un buen cliente que viene menos**

Cómo explicarlo: La base no solo te ayuda a saber quién compra mucho: también a darte cuenta de que alguien importante está viniendo menos.

La situación: Un cliente habitual y valioso empieza a espaciar sus visitas.

Qué mirar: Cómo compraba antes y cuánto tiempo hace desde su última visita.

Qué puedes hacer: Escríbele con un motivo para volver: una novedad, una recompensa o un recordatorio cercano.

Un mensaje de ejemplo: Hace tiempo que no coincidimos. En [negocio] nos encantará volver a verte; tenemos [novedad o incentivo] que puede interesarte.

Qué revisar después: Si vuelve a comprar y recupera su frecuencia de visitas. Los datos muestran que viene menos, pero no explican por sí solos el motivo.

Caso 05**Conseguir una segunda visita**

Cómo explicarlo: La primera visita puede ser el inicio de una relación: puedes explicar el programa y mantener el contacto después.

La situación: Se registra o compra una vez, pero todavía no tiene un hábito de volver.

Qué mirar: Quién acaba de apuntarse o comprar por primera vez.

Qué puedes hacer: Prepara un mensaje de bienvenida que explique su recompensa y le dé una razón para volver.

Un mensaje de ejemplo: Gracias por visitarnos. Ya formas parte de [programa]. En tu próxima visita puedes seguir avanzando hacia [recompensa].

Qué revisar después: Cuántos clientes nuevos vuelven y cuánto tardan en hacer su segunda compra.

Caso 06**Recordar un premio que ya puede utilizar**

Cómo explicarlo: Una recompensa que el cliente conoce tiene más posibilidades de convertirse en un motivo para volver que una que pasa desapercibida.

La situación: El cliente tiene una recompensa, pero todavía no la ha utilizado.

Qué mirar: Qué recompensa tiene disponible el cliente y si ya la ha utilizado.

Qué puedes hacer: Explícale qué premio tiene y cómo puede usarlo. Puedes preparar el email que avisa cuando se desbloquea y acordar un recordatorio posterior.

Un mensaje de ejemplo: Tienes [recompensa] disponible en [negocio]. Aquí puedes consultar cómo utilizarla: [enlace correcto].

Qué revisar después: Cuántas recompensas se utilizan y si el cliente vuelve. Enviar un mensaje no significa que ya haya usado el premio.

Caso 07**Contar una novedad a quienes ya te conocen**

Cómo explicarlo: Cuando tienes una novedad, puedes comunicársela a clientes con los que ya existe una relación.

La situación: Lanzas un producto, servicio o propuesta de temporada y quieres contarlo.

Qué mirar: Clientes a los que puedes escribir y lo que sabes de sus compras.

Qué puedes hacer: Cuenta la novedad a las personas a las que les pueda interesar. Elige según la información que realmente tengas de ellas.

Un mensaje de ejemplo: Ya está aquí [novedad]. Si te apetece probarla, te esperamos en [negocio].

Qué revisar después: Si responden o vuelven después del mensaje. Para medir las ventas de ese producto, necesitas tener esas compras registradas.

Caso 08**Dejar la gestión en manos de Perkss Managed**

Cómo explicarlo: El valor no termina en guardar datos. Managed te ayuda a usarlos cuando tú no tienes tiempo o equipo para hacerlo.

La situación: Tienes clientes registrados, pero nadie dispone de tiempo para decidir a quién escribir ni qué preparar.

Qué mirar: Qué te gustaría mejorar y qué sabemos de las compras y visitas de tus clientes.

Qué puedes hacer: El equipo prepara las acciones y los mensajes, los mantiene en marcha y te enseña los resultados. Tú validas que encajen con tu marca.

Un mensaje de ejemplo: Vamos a ayudar a que los clientes que vinieron una vez vuelvan. Prepararemos un mensaje de bienvenida y revisaremos cuántos hacen una segunda visita.

Qué revisar después: Qué acciones se han realizado y qué ha pasado con el objetivo elegido.

Referencias de esta edición

Producto y operativa: explicaciones de Pablo, responsable de Perkss, recogidas en las notas de voz de esta conversación. Sus aclaraciones más recientes prevalecen sobre las menciones de funciones en las webs.

Precios: <https://perkss.com.do/es/pricing>. Modalidades de gestión propia y Managed, mensual y anual, comprobadas el 1 de octubre de 2026. Confirma la tarifa vigente antes de preparar una propuesta.

Contexto comercial y capacidades documentadas: <https://perkss.com.do/es> y <https://perkss.com.do/es/managed>, junto con los repositorios actuales de Perkss utilizados para la base inicial.

Avisos por cercanía de Apple Wallet: <https://support.apple.com/guide/iphone/use-passes-cards-and-keys-iphe7aa3336/ios> y <https://developer.apple.com/documentation/walletpasses/showing-a-pass-on-the-lock-screen>. Su aparición depende del sistema y de los ajustes del usuario.

Los ejemplos de mensajes y casos prácticos son orientaciones. Esta guía no promete una mejora porcentual de ventas, ticket o visitas ni funciones futuras como si ya estuvieran disponibles.