



Guía comparativa de Engagement vs. Fidelización

Características, objetivos y estrategias

Aspecto	Engagement	Fidelización
Características	<ul style="list-style-type: none"> - Interacción activa y visible del usuario con la marca. - Conexión emocional con el contenido y la propuesta de valor. - Responde a estímulos inmediatos: contenido relevante, entretenimiento, conversación. - Construye comunidad y participación. <p>Ejemplos aplicados (e-commerce):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes comentan en un reel sobre “cómo usar” un producto. - Usuarios comparten en historias una reseña creativa de su compra. - Participación en encuestas de Instagram sobre nuevos colores o diseños. 	<ul style="list-style-type: none"> - Relación estable y de largo plazo sustentada en confianza, calidad y experiencia de servicio. - Impulsa recompra y preferencia sostenida frente a competidores. - Se apoya en beneficios, consistencia y buen servicio postventa. <p>Ejemplos aplicados (e-commerce):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Clientes que compran cada mes productos de una línea que aman. - Personas que recomiendan la tienda en sus redes. - Usuarios inscritos en un programa VIP que siempre vuelven a comprar.
Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar interacción, notoriedad y conversación en torno a la marca y productos. - Elevar el alcance de contenidos y activar la comunidad digital. - Incrementar tráfico cualificado hacia la web o tienda. - Validar qué mensajes narrativos conectan mejor. 	<ul style="list-style-type: none"> - Aumentar retención y repetición de compra. - Incrementar el valor de vida del cliente (CLTV). - Reducir el churn (abandono). - Convertir clientes en embajadores orgánicos. - Asegurar ingresos estables y previsibles



Aspecto	Engagement	Fidelización
	<p>Métricas clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Likes, shares, comentarios. - Tiempo de visualización en videos de producto. - Interacciones en stories o encuestas. - CTR en contenidos promocionales o narrativos. - Tasa de apertura de email. 	<p>Métricas clave:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tasa de recompra. - Customer Lifetime Value (CLTV). - Intervalo entre compras. - Retención por cohorte. - Net Promoter Score (NPS).
<p>Estrategias</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Contenidos creativos e interactivos que inviten a participar. - Lives mostrando productos, unboxing y tutoriales. - Gamificación: retos, dinámicas, sorteos, UGC (contenido generado por usuarios). - Storytelling: historias reales de uso del producto. - Experiencias transmedia con formatos complementarios. <p>Ejemplos aplicados (e-commerce):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reto: “Muestra tu before/after usando el producto”. - Concurso de fotos creativas usando una prenda o gadget. - Encuesta: “¿Qué diseño lanzamos el próximo mes?”. 	<ul style="list-style-type: none"> - Programas de puntos, cashback o recompensas. - Suscripciones (ej. reposición mensual). - Servicio postventa rápido, humano y confiable. - Personalización con IA basada en historial de compras. - Ofertas exclusivas para clientes recurrentes. - Recordatorios automáticos de recompra. <p>Ejemplos aplicados (e-commerce):</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sistema de puntos que se canjean por descuentos. - Emails personalizados con productos complementarios. - Acceso anticipado a nuevos lanzamientos para clientes VIP.

Este recurso forma parte de los materiales complementarios de la Clase 7 de la asignatura Estrategias Narrativas y Creativas. Creación propia, J. Heredia (2025).