



ALWAYS MAKING YOU SMILE

PRESSEMITTEILUNG ZUR SOFORTIGEN VERÖFFENTLICHUNG

## Das neue Treueprogramm von Kipling

### **Kipling unterstreicht seine Rolle als Wegbereiter mit einem neuen Treueprogramm, das die Social Media Aktivitäten von Kunden mit echten Vorteilen belohnt.**

Kipling ist seit seiner Firmengründung von einem lebhaften Erfindergeist geprägt. Im Jahr 1987 gründete Kipling die Kipling Society und präsentierte mit diesem Fan Club das erste CRM-Tool der Marke. Seit damals ist bei Kipling der Kunde die wichtigste Quelle der Inspiration für alle Vorhaben. Heute, im Jahr 2014, erfindet die Marke aus Antwerpen ihr traditionelles Treueprogramm mit einem Multichannel-Angebot neu, bei dem im starken Zusammenspiel mit interaktiven Social Media Plattformen die gegenseitige Beziehung mit dem Kunden im Vordergrund steht.

#### **Wie funktioniert das Programm?**

Beim Kipling Friends Programm mitzumachen ist einfach. Kunden können sich entweder online oder in einem unserer Kipling Läden per iPad registrieren und erhalten sofort einen 10 % Willkommens-Rabattgutschein. Für jeden ausgegebenen €1/£1 erhalten Mitglieder des Kipling Friend Programms zehn Smile Punkte. Wenn Kunden zusätzlich ein Produkt über Kiplings Social Media Plattformen mit 'Gefällt mir' oder anderweitig kommentieren bzw. teilen, werden auf ihren Treuekarten automatisch extra Smile Punkte verbucht.

Pro 1000 gesammelte Smile Punkte gibt es einen €10/£10 Rabatt. Das Mit dem Kipling Friends Treueprogramm können Kunden Punkte sowohl online als auch offline sparen und einlösen. Zusätzlich zu den extra Rabattgutscheinen wird Kipling die Kipling Botschafter mit kostenlosen Sammlerstücken und anderen tollen Geschenken überraschen.

Über verschiedenste Plattformen hinweg will Kipling so eine gegenseitige Beziehung zu seinen Kunden aufbauen sowie einen offenen und regelmäßigen Dialog anregen.



“Als Teil des neuen Kipling Friends Treueprogramms haben wir eine komplette Kundenkontaktstrategie erarbeitet, bei der das Profil und das Verhalten des Kunden als Ausgangspunkt dienen: Weniger aggressive Preisnachlässe, dafür eine vertrauensvolle Bindung und Kampagnen, bei denen der gegenseitige Austausch im Mittelpunkt steht. Dies erreichen wir sowohl online als auch offline – in unseren Läden, im Web Shop und über Social Media.“

**Jürgen Derycke, Kiplings Digital Manager**

Kiplings Treueprogramm erhält schon Anfang des Jahres 2015 einen weiteren tollen Zusatz mit dem Start einer Facebook App, über die Kipling Friends Freunde fürs Leben werden können.

Im Rahmen einer großen Social Media- und In-Store-Kampagne wird Kipling Friends am 1. Oktober 2014 in 24 Kipling Läden sowie online (kipling.com) vorgestellt.

#### **Schon gewusst?**

Kipling ist in 67 Ländern vertreten  
Alle 2 Sekunden wird eine Kipling Tasche verkauft  
Seit 1987 haben 35 Millionen Frauen Kipling Artikel gekauft

Bei Interview- oder Presseanfragen wenden Sie sich bitte an: [silvia\\_pereira@vfc.com](mailto:silvia_pereira@vfc.com)