



ALWAYS MAKING YOU SMILE

NOTA DE PRENSA PARA PUBLICACIÓN INMEDIATA

Nuevo programa de fidelidad de Kipling

Kipling continúa innovando con su nuevo programa de fidelidad que transformará sus interacciones con los clientes mediante el social media como recompensa.

Desde su creación, la innovación está en el ADN de Kipling. En 1987, Kipling desarrolló la Sociedad Kipling, un club de fans que fue la primera herramienta de CRM de la marca. Desde entonces, el cliente de Kipling siempre ha sido considerado como la primera inspiración para el cambio. Volviendo a 2014, la marca de Amberes ha reinventado su tradicional programa de fidelidad gracias a un gran compromiso y una fuerte interacción en el social media.

¿Cómo funcionará este programa?

Es fácil unirse al programa de Kipling Friends. Los clientes que se registren en línea (kipling.com) o en tiendas físicas Kipling mediante Ipad, obtendrán un 10 % de descuento como bienvenida. Por cada euro o libra gastados, un Kipling Friend recibirá diez puntos smile. Además, si los clientes le dan a «me gusta», comparten o comentan los productos de Kipling en sus redes sociales, sus tarjetas de socio serán automáticamente recargadas con puntos smile extra.

Por cada 1 000 puntos smile acumulados, recibirás un descuento de 10 € o 10 £. Como consecuencia del programa de fidelidad Kipling Friends, los clientes pueden guardar y amortizar sus puntos tanto en línea como fuera de ella. Además de los cupones extra con descuento, Kipling sorprenderá a los embajadores de Kipling con objetos de colección gratis y otros regalos divertidos.

Mediante los diferentes canales, Kipling intentará crear un compromiso y una conversación regular con sus clientes.



“Como parte de nuestro nuevo programa de fidelidad de Kipling, pondremos en marcha una estrategia de completo contacto con el cliente, con punto de partida en su perfil y comportamiento: menos descuentos agresivos, más fidelidad genuina y campañas de conversación. Conseguiremos esto tanto en línea como fuera de ella: en las tiendas físicas, en la tienda en línea y en las redes sociales”.

Jürgen Derycke, manager digital de Kipling

El programa de fidelidad de Kipling se seguirá desarrollando durante principios de 2015 con el lanzamiento de la aplicación de Facebook, diseñada para crear Kipling Friends de por vida.

Apoyado por una fuerte campaña en redes sociales y tiendas, el programa de Kipling Friends se lanzará el 1 de octubre de 2014 en 24 tiendas Kipling y en línea (kipling.com).

¿Lo sabías?

Kipling se vende en 67 países
Se vende un bolso de Kipling cada 2 segundos
35 millones de mujeres han comprado en Kipling desde 1987

Para solicitudes de entrevista o cualquier petición de prensa, por favor, contacta con:
silvia_pereira@vfc.com