



ALWAYS MAKING YOU SMILE

COMUNICATO STAMPA PER DIVULGAZIONE IMMEDIATA

il nuovo programma fedeltà di Kipling

Kipling continua a innovare con il nuovo programma fedeltà che trasformerà le interazioni social dei clienti in ricompense.

A partire dalla sua nascita, Kipling ha sempre avuto l'innovazione nel DNA. Nel 1987, Kipling ha creato la Kipling Society, il fan club che è stato il primo strumento di CRM (gestione delle relazioni coi clienti) del marchio. Da allora, il cliente Kipling è stato sempre la fonte di ispirazione più importante per il cambiamento. Ora, nel 2014, il marchio con sede ad Anversa sta reinventando il suo tradizionale programma fedeltà offrendo un coinvolgimento multicanale unito a una forte interazione sui social network.

Come funzionerà il programma?

Iscriversi al programma Kipling Friends è semplice. I clienti si registrano online (kipling.com) o nei punti vendita Kipling tramite un iPad e ottengono un coupon di benvenuto valido per uno sconto del 10%. Per ogni euro/sterlina di spesa, il Kipling Friend riceverà dieci smile point. Inoltre, se i clienti cliccano "Mi piace", condividono o commentano un prodotto tramite i canali social media di Kipling, verranno caricati smile point extra automaticamente sulle loro carte fedeltà.

Ogni 1.000 smile point raccolti, si riceve uno sconto di 10€/£. Di conseguenza, il programma Kipling Friends permette ai clienti di risparmiare e scambiare i punti tanto online quanto offline. In aggiunta ai coupon per gli sconti extra, Kipling sorprenderà i suoi ambasciatori del marchio con articoli da collezione gratuiti e altri allegri regali.

Tramite tutti i diversi canali, Kipling intende coinvolgere e creare una conversazione regolare con i suoi clienti.



"Quale parte del nuovo programma fedeltà Kipling Friends, abbiamo progettato un'intera strategia di contatto, prendendo come punto di riferimento il profilo e il comportamento del cliente: meno sconti aggressivi, più lealtà genuina e campagne di conversazione. Raggiungiamo questo obiettivo sia online sia offline: nei punti vendita, nel negozio online e tramite i social media".

Jürgen Derycke, Digital manager di Kipling

Lo sviluppo del programma fedeltà Kipling continuerà a inizio 2015 con il lancio di un'app su Facebook, per rafforzare il legame con i Kipling Friends.

Supportato da una forte campagna social e nei punti vendita, il programma Kipling Friends sarà lanciato il 1° ottobre 2014 in 24 punti vendita Kipling e online (kipling.com).

Lo sapevi?

Kipling è presente in 67 Paesi
Ogni 2 secondi qualcuno compra una borsa Kipling
Dal 1987, 35 milioni di donne hanno scelto Kipling

Per richiedere interviste o per qualunque richiesta dalla stampa, si prega di contattare:
silvia_pereira@vfc.com