



ALWAYS MAKING YOU SMILE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE PUBLICATION IMMÉDIATE

Le nouveau programme de fidélité Kipling

Toujours à la pointe, la marque Kipling présente un nouveau programme de fidélité qui va révolutionner l'utilisation des réseaux sociaux dans la gestion du service client.

L'approche novatrice et dynamique de la marque dans la gestion de la clientèle ont toujours été la force de Kipling. En 1987, le premier programme de fidélité de la marque, Kipling Society, révolutionnait la gestion de la clientèle. En 2014, la marque basée à Anvers, sort de nouveau du cadre traditionnel en offrant une toute nouvelle dynamique à sa communication avec la clientèle.

Fonctionnement du nouveau programme de fidélité

Il est très facile de devenir un Kipling Friend. Les clients peuvent s'inscrire sur le site de la marque (kipling.com) ou dans les boutiques Kipling grâce à un iPad mis à disposition et obtenir un bon de réduction de bienvenue de 10 %. Pour chaque euro dépensé, les membres du programme Kipling Friends reçoivent 10 points smile à cumuler sur leur compte. Toute activité réalisée sur les réseaux sociaux de la marque leur donne également droit à de nouveaux points.

1000 points smile donnent droit à un bon de réduction d'une valeur de 10 euros. C'est ainsi que le programme Kipling Friends permet à ses membres de collecter des points smile de manière illimitée en ligne et hors ligne. En plus de ces réductions, les membres du programme de fidélité recevront régulièrement des cadeaux exclusifs et d'autres surprises signées Kipling.

En employant ces différents moyens de communication, la marque Kipling entend consolider sa relation avec sa clientèle et créer un véritable engagement sur ses réseaux sociaux.



“ Notre nouveau programme de fidélité Kipling Friends a été pensé dans le but de satisfaire et de fidéliser notre clientèle sur tous les fronts. Kipling Friends est pour nous l'opportunité d'offrir un service personnalisé à chacun de nos clients. Grâce à ce programme, nous souhaitons élargir et renforcer les différentes chaînes de communication de la marque Kipling et ainsi renforcer notre relation avec notre clientèle sur tous les plans, en boutique comme en ligne. ”

Jürgen Derycke, responsable de la communication numérique de la marque.

Le nouveau programme de fidélité Kipling est voué à une évolution constante au fil du temps. Nous lancerons notamment une nouvelle application Facebook en 2015 dont la vocation est d'offrir une toute nouvelle expérience Kipling à notre clientèle.

La promotion du nouveau programme Kipling Friends se fera en boutique et en ligne. Le programme sera lancé le 1er octobre 2014 dans 24 boutiques Kipling ainsi que sur la boutique en ligne officielle de la marque (kipling.com).

Le saviez-vous ?

Kipling est présent dans 67 pays
Toutes les deux secondes, un sac Kipling est vendu dans le monde
Depuis 1987, 35 millions de femmes ont accordé leur confiance à Kipling

Pour toute information, merci de contacter notre service presse : silvia_pereira@vfc.com