Con Coffee Club De’Longhi rilancia e supporta il ritorno dei clienti negli store

coffe-club-ce491c63

Con la riapertura dei negozi in tutta Italia e il graduale ritorno alla normalità, De’Longhi inaugura il Coffee Club, con cui punta a rilanciare l’esperienza degli italiani all’interno degli store e accompagnarli alla scoperta del caffè buono come al bar, divenuto in questi mesi un vero e proprio trend.Nonostante l’emergenza sanitaria, il mercato delle macchine per caffè in grani, le cosiddette macchine automatiche,ha registrato un valore di vendita nel primo quadrimestre 2020 pari a quello dell’anno precedente, confermando il trend positivo del 2019 che ha visto crescere il segmento del +18%. Con il Coffee Club, De’Longhi – da sempre promotore dell’eccellenza italiana nel mondo attraverso le sue macchine per il caffè – ha creato uno spazio digitale ed esclusivo aperto a tutti gli amanti del buon espresso macinato al momento, pensato per arricchire l’esperienza dei consumatori nei punti vendita, offrendo vantaggi unici e alla portata di tutti.

Dal 1° giugno al 31 dicembre, ogni cliente che acquisterà una macchina automatica De’Longhi, in un punto vendita aderente alla promozione, potrà scoprire una serie di iniziative dedicate: dalla prova gratuita a casa per 30 giorni della macchina da caffè automatica, con la formula “soddisfatti o rimborsati”, all’estensione della garanzia aggiuntiva di 1 anno, oltre a un eccezionale sconto fidelity sulle scorte di caffè acquistate online. Un’opportunità conveniente e vantaggiosa per provare in prima persona le caratteristiche del prodotto e assaporare il gusto garantito dalla macinatura istantanea dei chicchi del caffè.

Per entrare a far parte del Coffee Club, una volta acquistata la Macchina Automatica aderente alla promozione, è sufficiente registrarsi sul sito www.coffeeclub.delonghi.it entro 15 giorni dalla data dello scontrino. A iscrizione avvenuta, il cliente riceverà una mail con il codice sconto del 30% valido per l’acquisto del caffè sul sito livingshop.it. Inoltre riceverà il certificato di estensione della garanzia e informazioni sulla campagna “soddisfatti o rimborsati”.
Il progetto Coffee Club di De’Longhi è stato realizzato in collaborazione con l’agenzia TendMilano responsabile dello sviluppo della creatività e l’agenzia Gruppo FMA responsabile dello sviluppo

operativo della meccanica promozionale.