

Publication: Engage
Frequency: web site
Date: 28 Dicembre 2015
Page: n.a.

ENGAGE
CONTEMPORARY MARKETING & MEDIA

Bergader punta sull'eCouponing con Kiwari



Marco Rivosecchi:
«L'eCouponing consente di intercettare i bisogni dei consumatori, instaurando una relazione marca-cliente sempre più costruttiva e profittevole»

di **Lorenzo Mosciatti**
28 dicembre 2015

Non solo spot per **Bergader**, grande azienda casearia bavarese, che conferma la sua volontà di investire nel nostro Paese affiancando al suo primo commercial italiano, partito a dicembre ([qui l'articolo dedicato](#)), una campagna di **eCouponing** orchestrata da **Kiwari**.

La qualità e il gusto delle Alpi Bavaresi sono quindi online sul Coupon Network che fa capo a [Sconty.it](#), il marketplace di eCoupon proprietario di **Kiwari BuonMercato** – in partnership con [Scontomaggio.com](#), [Dimmicosacerchi.it](#), [Alfemminile.com](#) e [myvoucher.biz](#).

La campagna di eCouponing darà la possibilità ai consumatori di utilizzare buoni sconto digitali per l'acquisto di Bergader Cremosissimo L'Originale, Bergader Cremosissimo Benessere, Bergader Cremosissimo Peperoncino, Bergader Caciotta e Bergader Piccante.

«L'eCouponing consente di intercettare i bisogni dei consumatori, generando un meccanismo virtuoso che instaura una relazione marca-cliente sempre più costruttiva e profittevole all'interno del mondo delle promozioni digitali – commenta **Marco Rivosecchi**, presidente di **Kiwari** -. Siamo molto soddisfatti che un'azienda come Bergader abbia deciso di scegliere anche **Kiwari BuonMercato** come partner strategico per il potenziamento della propria brand awareness e una più strutturata penetrazione del mercato italiano, attraverso la campagna di eCouponing».