

## **AliExpress, Groupon y Nike se unen al programa de fidelización de Bnext, Recompensas**

**La Fintech refuerza su programa con un nuevo sistema basado en diferentes niveles, donde los usuarios que más compren durante el mes conseguirán mayores reembolsos**

Bnext ha presentado el nuevo funcionamiento, en versión beta abierta, de su programa de fidelización para sus usuarios, Recompensas. Esta nueva versión sustituye a la anterior, y permitirá que sus usuarios puedan reembolsarse hasta el 100% del reembolso máximo ofrecido de lo que paguen por sus compras en las marcas asociadas.

El nuevo programa de fidelización, que se ha desarrollado en colaboración con la plataforma estadounidense líder de comercio móvil, Button, está pensado para recompensar a los usuarios que más gasten por sus compras. Su funcionamiento será sencillo. Cada vez que un usuario compre a través de la app de Bnext en cualquiera de las marcas del programa, recibirá un porcentaje de su compra, que variará en función de la marca y el nivel de usuario dentro de este programa, y que podrá acumular o canjear para sus próximas compras.

En concreto, este nuevo programa de Recompensas dispondrá de 3 niveles, con dos criterios para asignar a los usuarios en ellos: el tipo de Cuenta que tiene en Bnext (Estándar o Premium) y el número de compras hechas en los últimos 30 días.

De esta manera, los usuarios que tengan la Cuenta Estándar estarán en el nivel 1 - si han hecho menos de 3 compras en las marcas asociadas en el período mencionado - o en el nivel 2, accediendo al doble de reembolso (y ahorro) por cada compra en las marcas asociadas. Por su parte, el nivel 3 se encontrarán los clientes de Bnext con Cuenta Premium -sin límite mínimo de compras-, lo que les otorgará el triple de reembolsos y ahorro que el nivel 1 y el doble que el nivel 2

Además, los usuarios podrán aumentar su ahorro consiguiendo un extra-reembolso en todos los niveles, gracias a los puntos acumulados en el antiguo programa Recompensas (1.000 puntos = 1€).

Juan Antonio Rullán, CPO de Bnext asegura que “el objetivo de Recompensas es ayudar a ahorrar dinero a quien más gasta en sus tiendas favoritas. Pensamos que el futuro del consumo es recibir las ventajas comerciales en efectivo, no con un descuento. La fórmula del ‘cashback’ es una gran ventaja para nuestros usuarios, pero también para las marcas que permite fidelizarlos. En Bnext queremos ser ese punto de unión entre ambos, y creemos que lo hemos conseguido gracias a la colaboración con Button. Nos enorgullece contar con un partner de su relevancia y su experiencia porque nos va a permitir que nuestro programa de cashback se lo más completo posible y ofrezca todo lo que nuestros usuarios nos demandan”.

Por su parte, el cofundador y CEO de Button, Michael Jaconi, reconoce que “a medida que el mundo

se enfrenta a nuevos desafíos, los modelos de negocio basados en crear valor para todas las partes -marcas, anunciantes y, lo que es más importante, usuarios- serán los que sobrevivan. Tras haber movido más de 3.000 millones de dólares en consumo móvil hasta la fecha, Button está encantado de seguir asociándose con destacadas Fintech de todo el mundo como Bnext, para ayudarles a conseguir una nueva forma de ingresos. Con el lanzamiento de su estrategia comercial, Button consigue que Bnext esté en disposición de ofrecer una experiencia bancaria más valiosa, un mayor compromiso con sus usuarios y aproveche una fuente de ingresos duradera".

#### Grandes marcas con descuento

Entre las marcas que formarán parte del nuevo programa Recompensas se encuentran: la plataforma de ecommerce, AliExpress; la agencia de viajes online, Atrápalo; la tienda de ropa online, ASOS; la tienda de lencería online, Black Limba; el metabuscador de viajes, Booking; la floristería online, Colvin; el buscador de vuelos y hoteles, eDreams; a compañía de alquiler de coches, Europcar; la tienda de moda, Farfetch; las bodegas García Carrión; la web de descuentos, Groupon; el canal de venta online de los Interrail Pass, Interrail; la tienda de moda deportiva, JD Sport; la compañía de servicios de comida a domicilio, Just Eat; el proveedor de viajes, Lastminute.com; la multinacional de ropa deportiva Nike; la joyería, Pandora; la agencia de viajes online, Rumbo; la cadena de cosméticos, Sephora; la tienda de telefonía móvil, The Phone House; servicio de música de emisión continua basado en suscripción, Tindal; la tienda de moda, TOPSHOP; y la tienda de mascotas, Zooplus. Sin embargo, Bnext sigue trabajando para sumar nuevas marcas que estarán disponibles en el programa próximamente.

"El compromiso de Aliexpress es convertirnos en la plataforma de estilo de vida para cualquier consumidor a nivel mundial, y la alianza con Bnext y Button nos ayuda a reforzar nuestra presencia en Europa. A través de la app de Bnext, gracias a la tecnología de Button, más consumidores podrán descubrir AliExpress y tendrán la opción de realizar las compras de los productos que más les gustan sin ningún tipo de problema". reconoce Wang Mingqiang, director general de AliExpress

Por su parte, Maciej Zbrozczyk, Head of Affiliate Marketing EMEA & Asia-Pacífico de Groupon asegura que que "gracias a la integración en la app de Bnext y a la tecnología de Button, podremos acceder a un nuevo grupo de consumidores con conocimientos financieros, y convertirlos en clientes fidelizados, cumpliendo así nuestra misión de ayudar a más gente a encontrar y descubrir experiencias".

#### Datos de contacto:

Mireia  
914115868

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Marketing Emprendedores Consumo](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>