



## La plataforma de fidelización líder en Europa se lanza en EE.UU.

**Expertos mundiales impulsarán el compromiso de los clientes de los minoristas de conveniencia de EE.UU. utilizando las últimas técnicas de gamificación.**

Liquid Barcodes, la plataforma de marketing de fidelización líder en Europa para minoristas de conveniencia, ha anunciado su lanzamiento en Norteamérica. Este hito es un paso importante para la compañía de marketing tecnológico que ya cuenta con una impresionante lista de clientes en Europa y Asia, incluyendo 7 Eleven, Circle K, Shell Oil, Red Bull y Coca Cola.

Con sede en Noruega, Liquid Barcodes se especializa en el sector de combustible y conveniencia en Europa, Asia y ahora en Norteamérica. Su plataforma ofrece una solución de fidelización de clientes flexible para minoristas, o la posibilidad de simplemente integrarse en cualquier programa existente.

"Como el mercado de conveniencia más grande del mundo, hemos tenido un interés increíble por parte de los minoristas estadounidenses que buscan nuevos socios tecnológicos para gestionar las comunicaciones de sus clientes y los programas de marketing de fidelización", dijo Mats Danielsen, CEO de Liquid Barcodes.

Liquid Barcodes es una empresa líder en tecnología de fidelización especializada en las industrias de tiendas de conveniencia y servicios de alimentación. Los clientes incluyen 7 Eleven, Circle K, Coca Cola, Red Bull, Valora y Reitan Convenience.

La compañía noruega también ha sido anunciada como miembro clave del equipo que asesora a Connexus (la división de tecnología de NACS) en su estrategia para definir, desarrollar e implementar los últimos estándares API para el marketing digital en el comercio minorista de conveniencia en los Estados Unidos.