

iFood e Tinder transformam a expressão ‘levar um bolo’ no Dia dos Solteiros

Para comemorar o Dia dos Solteiros, o iFood e o Tinder se uniram para lançar uma confeitaria temporária. De 15 a 19 de agosto, Bentô Cakes do Tinder em edição limitada estarão disponíveis para compra pelo aplicativo do iFood em 13 cidades do Brasil. Todos os Bentô Cakes virão com um voucher para um mês grátis de Tinder Gold.



São Paulo, 15 de agosto de 2022 - Construído para um mundo de possibilidades, o Tinder celebra todos os estágios em que as pessoas se encontram quando procuram uma conexão. Neste Dia dos Solteiros, a marca quer provar que ser solteiro e estar para jogo é tão incrível quanto namorar, então se juntou ao iFood para lançar uma confeitaria temporária no aplicativo. Disponível para pedidos de 15 a 19 de agosto, a confeitaria oferecerá edições especiais de Bentô Cakes do Tinder, celebrando os solteiros de todo o Brasil ao brincar com o significado de “levar um bolo”. Todos os Bentô Cakes virão com um presente especial que ajudará os solteiros a encontrarem seu match: um voucher gratuito de um mês de [Tinder Gold](#).

“Enquanto ninguém gosta de levar um bolo, o iFood e o Tinder criaram uma série especial de bolos que as pessoas vão querer levar neste Dia dos Solteiros. Essa parceria não apenas permitirá que os participantes desfrutem dessa deliciosa tendência dos Bentô Cakes, mas também lhes dará a chance de experimentar o [Tinder Gold](#) e desbloquear recursos que só melhorarão sua jornada para encontrar um match”, comenta Luiza Boller, Manager of Business Development & Partnerships do Tinder.

Os clientes podem adquirir um Bentô Cake (300 g) por R 9,99 e poderão optar entre dois sabores: ninho ou brigadeiro. Além disso, os bolos podem ser personalizados com frases como: ‘Assim com o bolo que eu gosto’, ‘Esse é o bolo que eu quero’, ‘De: eu, Para: mim’, ‘Manda bolo de agora?’.

A ação faz parte das Cozinhas Originais iFood, o hub de ativações de restaurantes temporários que promove experiências exclusivas para os clientes. “O iFood tem a inovação e a paixão pela comida em seu DNA. As cozinhas originais combinam o melhor do nosso universo com o do entretenimento por meio de parcerias com marcas icônicas. O resultado é muita conversa nas redes sociais, picos de tráfego no app e uma conexão emocional ainda mais forte entre os clientes e a plataforma”, comenta Amanda Ferreira, Gerente de Inovação de Marca do iFood.

Para criar e entregar esses bolos de edição especial, o iFood se uniu a 54 lojas Sodiê em 13 cidades do Brasil: São Paulo (SP), Rio de Janeiro (RJ), Curitiba (PR), Maceió (AL), Manaus (AM), Salvador (BA), Fortaleza (CE), Belém (PA), Recife (PE), Belo Horizonte (MG), Betim (MG), Contagem (MG) e Natal (RN). A Sodiê é a maior rede especializada em bolos do país, com lojas em todo o Brasil. As unidades participantes podem ser encontradas pelo aplicativo iFood.

###

Cozinhas Originais iFood

As Cozinhas Originais iFood fazem parte da estratégia de marca da empresa, composta por um hub de ativações de restaurantes temporários com o objetivo de proporcionar experiências exclusivas aos seus clientes. Desde 2019 a empresa trabalha elevando a experiência de alimentação dos brasileiros, quando possibilitou aos seus clientes pedirem os Bolos da Paz (bolos exibidos na novela e A Dona do Pedaço), por exemplo.

Em 2021, o iFood se uniu ao Netflix para proporcionar aos fãs da série Sex Education uma experiência inédita onde podiam pedir os famosos cupcakes vendidos pela personagem principal. Ainda nesse ano, a empresa se aproximou do público gamer e abriu a conhecida lanchonete Avalanches, do jogo Cidade Alta. Nele os jogadores podiam ser entregadores do iFood e realizar as entregas de moto elétrica, bike ou carro, enquanto os consumidores fora do jogo podiam pedir os combos da Avalanches em suas casas, pelo app do iFood, vivenciando uma jornada no metaverso.

<https://br.tinderpressroom.com/news?item=122519>