

Informacja prasowa

Nowe podejście handlowe Carrefour Polska na 2013 rok

W świetle aktualnej sytuacji gospodarczej, Carrefour dopasowuje ofertę do indywidualnych potrzeb klientów, uwzględniając przy tym specyfikę lokalizacji miast a nawet dzielnic. Nowe podejście handlowe Carrefour jest odpowiedzią na niekorzystną koniunkturę konsumencką.

W odniesieniu do koniunktury gospodarczej, Carrefour pragnie wspierać swoich klientów w codziennej ekonomii i racjonalnym gospodarowaniu budżetami domowymi. Spółka modyfikuje swoją ofertę handlową, dostosowując ją do warunków ekonomicznych panujących na polskim rynku. Nowe podejście Carrefour ma na celu pozytywnie wpłynąć na wzmocnienie siły nabywczej polskich rodzin.

Zależy nam, aby zadbać o indywidualne potrzeby klientów w każdym zakątku Polski. Wiemy, że każdy klient jest inny. Dostosowujemy do klienta ofertę sklepów w każdej miejscowości i dzielnicy Polski, aby jak najtrafniej odpowiedzieć na ich potrzeby. W ten sposób Carrefour chce pomóc swoim klientom racjonalnie zarządzać budżetem domowym w czasie kryzysu – mówi o nowej strategii Jean Anthoine, prezes Carrefour Polska.

Carrefour zamierza rozwijać ofertę handlową, różnicując potrzeby klienta w zależności od lokalizacji, zapewniając przy tym większą dostępność do produktów regionalnych. Firma planuje kontynuację agresywnej polityki cenowej, kładąc szczególny nacisk na atrakcyjną cenowo i jakościowo ofertę produktów świeżych – owoców, warzyw i mięsa. Konkurencyjne ceny produktów mają sprawić, że klienci Carrefour w ramach tej samej wydatkowanej kwoty, będą mogli więcej włożyć do koszyka.

Dodatkowe informacje:

Donata Wancel, Biuro Prasowe Carrefour, tel.: 22 563 32 21, e-mail: donata_wancel@carrefour.com Maria Cieślikowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy
e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com