



Warszawa, 25 czerwca 2014 r.

INFORMACJA PRASOWA

CARREFOUR POLSKA STAWIA NA NOWOCZESNE KANAŁY KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI

Carrefour Polska za pomocą 17 nowoczesnych wielkoformatowych ekranów LEDOWYCH prowadzi w Krakowie dwuwymiarową kampanię reklamową.

Łączenie nośników statycznych z cyfrowymi jest bardzo popularnym rozwiązaniem, stosowanym w wielu kampaniach marketingowych na całym świecie. Z jednej strony reklamy, wyświetlane na monitorach są bardzo szybko zauważalne przez konsumentów, z drugiej strony reklama w formie drukowanej, zwłaszcza w branży handlowej jest nadal bardzo skuteczna.

Przykładem tego mogą być tzw. „gazetki” dystrybuowane na terenie hipermarketów Carrefour, których celem jest zapoznanie klienta z bieżącą ofertą handlową. Nośnik ten od lat cieszy się niesłabnącą popularnością, zwłaszcza wśród dojrzałych wiekowo klientów.

Połączenie wspomnianych kanałów, daje możliwość nie tylko wzmocnienia przekazu, ale również dotarcia do szerszego grona klientów.

„Obecnie klienci przyzwyczajeni są do szybkiego komunikowania się oraz do atrakcyjnej formy przekazu. Tradycyjne nośniki reklamy potrzebują, więc wsparcia w postaci nowoczesnych technologii, takich jak aplikacje mobilne, czy właśnie monitory LEDOWE, aby za ich pomocą dotrzeć również z informacją do młodszego pokolenia, dla którego w naszych sklepach mamy także ciekawą ofertę handlową.” – wyjaśnia Andrzej Bednarz dyrektor regionu Południe w Carrefour Polska

Kampania reklamowa Carrefour prowadzona za pomocą nośników LED składa się z dwóch części. Pierwsza z nich jest spójna z aktualną ofertą handlową, druga natomiast informuje klientów o specjalnych akcjach oraz wyjątkowych ofertach cenowych dostępnych w danej chwili w hipermarketach sieci. Dzięki nowoczesnej technologii przesyłania danych, możliwa jest aktualizacja i zmiana contentu on-line, nawet kilka razy dziennie, dzięki czemu klienci na bieżąco mogą śledzić ofertę handlową firmy.

Obecnie Carrefour coraz intensywniej poszerza swoją ofertę handlową, wprowadzając nowe oraz często trudnodostępne w innych marketach, produkty. Przykładem może być tu seria asortymentu bezglutenowego, a także produkty o obniżonej zawartości cukrów i tłuszczu dla osób dbających o sylwetkę. W hipermarketach Carrefour klienci mogą również znaleźć duży wybór produktów ekologicznych oraz regionalnych. Warty zwrócenia uwagi są także wędliny wyrabiane w wędzarniach Carrefour. Produkty te powstają w oparciu o tradycyjne receptury, dzięki czemu odznaczają się wyjątkowym smakiem oraz wysoką jakością.

Dzięki połączeniu reklamy drukowanej z reklamą mobilną klienci Carrefour mogą być na bieżąco ze wszystkimi nowościami, jakie firma wprowadza do swoich sklepów. co gwarantuje .

Dodatkowe informacje:

Dorota Jolanta Wojciechowska, Biuro Prasowe Carrefour

e-mail: dwojciechowska@carrefour.com

Maria Cieślikowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy

e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com

O Carrefour Polska

Carrefour Polska swój pierwszy hipermarket otworzył w 1997 roku w Łodzi. Obecnie, pod szyldem Carrefour w Polsce działa ponad 600 sklepów w różnych formatach, są to: hiper- i supermarkety oraz sklepy franczyzowe: mini-market i convenience. Carrefour jest także właścicielem i zarządcą centrów handlowych, skupionych w dużych i średnich miastach. Ofertę handlową naszych sklepów uzupełniają stacje paliw. Dążąc do podniesienia jakości życia klientów i konsumentów, Carrefour Polska realizuje strategię odpowiedzialnego biznesu, która zakłada harmonijny rozwój, w trzech dziedzinach równocześnie: na rzecz gospodarki, społeczeństwa i środowiska.