

Innowacyjna akcja marketingowa w Carrefour – po raz pierwszy w Polsce!

W czwartek, 10 lipca w hipermarkecie Carrefour Arkadia w Warszawie zaprezentowany zostanie nowy, niestandardowy kanał do komunikacji z klientem. Za pomocą nowoczesnych narzędzi muzycznych, klienci zostaną włączeni do zabawy i będą poznawać ofertę hipermarketów Carrefour. To pierwsza taka akcja marketingowa w Polsce.

W ramach akcji, na terenie hipermarketu Carrefour Arkadia zainstalowany zostanie specjalny „grający stół”. Umieszczone na nim produkty, za każdym dotknięciem będą wydawały różne dźwięki muzyczne. Klienci będą mieli możliwość skomponowania własnych melodii i zarazem współtworzyć zupełnie nowe kompozycje.

W myśl hasła „Pozytywnie każdego dnia ☺”, w zupełnie nowy i niestandardowy sposób, Carrefour chce zainteresować klientów swoją ofertą handlową. Pokazać ją w zabawny i zaskakujący sposób, a przede wszystkim wyjść z ofertą poza standardowe obszary komunikacji.

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, bio oraz regionalnych. Wartym zwrócenia uwagi są także wędliny wyrabiane w wędzarniach Carrefour. Produkty te powstają w oparciu tradycyjne receptury, dzięki czemu odznaczają się wyjątkowym smakiem oraz wysoką jakością.

Efektom czwartkowego „marketingowego eksperymentu”, będzie reklama produktowa połączona z muzyką, która zostanie współ-skomponowana przez klientów biorących udział w zabawie. Carrefour, poprzez zupełnie niekonwencjonalne działania chce pokazać klientom, że reklama produktów codziennej konsumpcji nie musi być nudna. Połączenie różnych technik i kanałów komunikacji, daje możliwość nie tylko wzmocnienia przekazu, ale również dotarcia do szerszego grona klientów.

Grupa Carrefour

Obecna w 34 krajach jest drugim największym detalistą na świecie oraz liderem wielkiej dystrybucji w Europie. W ponad 10.100 sklepach zatrudnia 365 000 pracowników. W 2013 obroty Grupy wyniosły 100,2 mld euro. Grupa Carrefour oferująca różnorodność formatów handlowych, kanałów dystrybucji oraz działająca na wielu rynkach jest partnerem w

Kontakt dla mediów:

Donata Wancel, Manager ds. Public Relations, tel.: 22 563 32 21, e-mail: donata_wancel@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com

codziennym życiu 10 milionów klientów, którzy każdego dnia odwiedzają sklepy Carrefour na całym świecie, mając dostęp do szerokiej gamy produktów i usług w najlepszej cenie.

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.

Kontakt dla mediów:

Donata Wancel, Manager ds. Public Relations, tel.: 22 563 32 21, e-mail: donata_wancel@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: maria_cieslikowska@carrefour.com