Giebnia, 10 stycznia 2018 r.

**Świeże spojrzenie na zakupy w największej polskiej sieci supermarketów!**

**W styczniu br. POLOmarket rusza z kampanią wizerunkową, w której będzie podkreślać polskość sieci i świeżość sprzedawanych przez nią produktów.**

**-** *Jesteśmy największą polską siecią supermarketów i postanowiliśmy wykorzystać ten atut w naszej komunikacji do klientów. Nasza polskość nie podlega dyskusji: sieć została stworzona przez polskich przedsiębiorców, dysponujących wyłącznie polskim kapitałem. Współpracujemy z wieloma polskimi dostawcami i sprzedajemy polskie produkty. Chcemy, żeby nasi klienci byli tego świadomi. Wiemy, że polskie pochodzenie sieci jest dla wielu klientów ważnym czynnikiem motywującym do zakupów.* - mówi Krzysztof Szultka, dyrektor marketingu w POLOmarkecie.

Kampania będzie trwała cały rok. Jej głównymi nośnikami będą radio, billboardy, gazetka promocyjna i sms wysyłane do klientów posiadających polo**kartę**. Zmieni się hasło, jakim dotychczas reklamował się POLOmarket: dotychczasowe „mój ulubiony” zastąpi „polski sklep”.

POLOmarket wprowadzi też nowe mechanizmy promocyjne. Zamiast jednej tygodniowej gazetki, klienci będą mieli do dyspozycji aż trzy gazetki tygodniowo: jedną z promocjami na cały tydzień i dwie z ofertą specjalną od poniedziałku do środy i od czwartku do niedzieli.

*W poprzednich latach podkreślaliśmy przede wszystkim jakość sprzedawanych u nas produktów. To w świeżości artykułów spożywczych widzieliśmy naszą główną przewagę konkurencyjną. To się nie zmienia – nadal będziemy sprzedawać towary świeże i ultraświeże najwyższej jakości. Postanowiliśmy to jednak mocniej zaakcentować w naszej najnowszej komunikacji, bo mamy świadomość, że dla naszych klientów jest to jeden z najważniejszych argumentów, w momencie wyboru sklepu codziennych zakupów* – dodaje Krzysztof Szultka.

Oprócz budowania wizerunku POLOmarketu, kampania ma też cele czysto biznesowo: zwiększenie liczby transakcji, podniesienie wartości koszyka i uzyskanie jeszcze lepszych wyników sprzedażowych.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**POLOmarket** to jedna z największych polskich sieci supermarketów, zbudowana od podstaw z zaangażowaniem wyłącznie polskiego kapitału. Zaczynaliśmy w 1997 roku od 27 sklepów. Dziś POLOmarket to ponad 280 nowoczesnych placówek na terenie całej Polski. Jesteśmy ulubionym miejscem zakupów milionów Polaków. Miesięcznie odwiedza nas prawie 9 mln klientów w całym kraju. Podstawą sukcesów naszej firmy są pracownicy. Umiejętności każdego z nich, połączone z duchem pracy zespołowej, motywacją i poczuciem odpowiedzialności decydują o rozwoju przedsiębiorstwa. Obecnie jesteśmy pracodawcą dającym zatrudnienie ponad 6.500 osobom.

**Kontakt dla mediów:**

Ewa Szul-Skjoeldkrona

Biuro prasowe POLOmarketu

Futurama communication intelligence

ul. Rozbrat 44a  
00-419 Warszawa  
+48 502 179 440

[ewa.szul-skjoeldkrona@futurama.ci](mailto:ewa.szul-skjoeldkrona@futurama.ci)