

Giebnia, 21.08.2023 r.

## POLOmarket z nową kampanią marketingową

**Największa polska sieć supermarketów wraz z agencją reklamową JUST opracowała strategię komunikacyjną, której efektem jest nowa kampania pod hasłem „DO POLO PO”.**

Bardzo istotnym elementem strategii są produkty private brand, stanowiące duży i cały czas rosnący udział w ofercie POLOmarketu. Rzeźnik Szymon, Mleczna Polana czy Zaczarowany Ogród to tylko niektóre z nich. Oferują nie tylko bardzo dobry stosunek jakości do ceny, ale zaskakują również unikalnymi w rynku cechami, takimi jak skład czy warianty smakowe, co sieć komunikuje jako wyróżnik.



- Kluczowymi celami biznesowymi, jakie stawiamy przed nową platformą komunikacyjną jest dalsza lojalizacja własnej bazy klientów, jak i pozyskanie nowych, z konkurencyjnych sieci, a także w obu przypadkach zwiększenie ich zaangażowania i tym samym koszyka zakupowego. Na poziomie wizerunkowym wyzwaniem jest wzmocnienie pozycji marki poprzez emocjonalne zbliżenie do osób robiących codzienne zakupy oraz promowanie doskonałych produktów naszych marek – wskazuje Krzysztof Szultka, Dyrektor Marketingu POLOmarket.

Nową platformę kreatywną otwiera hasło „DO POLO PO”, które w warstwie audio przyjęło formę bardzo charakterystycznego jingla opartego na światowym hicie „Mahna Mahna” (muzyka i słowa: Piero Umilliani). Skomponowany w użyciu oryginalnej linii melodycznej cover „DO POLO PO” w lekkiej, wpadającej w ucho formie zachęca do odwiedzania sklepów i robienia zakupów.



program  
współdziałania

POLOmarket Sp. z o. o  
88-170 Pakość  
Giebnia 20  
NIP: 556-212-51-17

tel. 52 35-99-900  
fax: 52 35-99-999  
[www.polomarket.pl](http://www.polomarket.pl)  
[poczta@polomarket.pl](mailto:poczta@polomarket.pl)

Sąd Rejonowy w Bydgoszczy,  
XIII Wydział Gospodarczy KRS  
Nr KRS: 204601; Nr BDO: 000008895  
Wysokość kapitału zakładowego: 432.000

Tematem spotów i jednocześnie powodem zachęcającym do odwiedzin są oferty handlowe komunikowane w cyklach tygodniowych oraz jednodniowych megahitów. Kreacja za każdym razem w formie zabawnego dialogu lub monologu przekonuje potencjalnych klientów, iż warto wybrać się „DO POLO PO” wyjątkowe produkty w bardzo atrakcyjnych cenach. W warstwie wizualnej „DO POLO PO”, zyskało swoją dynamiczną graficzną formę, która puentuje obietnicę marki, iż warto często odwiedzać sklepy POLOmarket.

Nowa platforma realizowana jest poprzez intensywną kampanię 360 we wszystkich kluczowych kanałach: radiu, video digital, outdoorze, digital display, SoMe i gazetkach.

**Grupa POLOmarket** to największa polska sieć supermarketów. Tworzą ją spółki detaliczne prowadzące sklepy, a także spółka logistyczno-zakupowa dysponująca trzema centrami logistycznymi. Firma rozpoczęła działalność w 1997 roku z 27. sklepami. Dziś jest to już 280 nowoczesnych placówek na terenie całej Polski, z obrotem netto powyżej 3,0 mld złotych rocznie. Sklepy sieci POLOmarket odwiedza miesięcznie blisko 9 mln Klientów. Obecnie POLOmarket daje zatrudnienie 5 500 osobom.

**Kontakt dla mediów:**

Ewa Szul-Skjoeldkrona

Human Signs

[e.szulskjoeldkrona@humansigns.pl](mailto:e.szulskjoeldkrona@humansigns.pl)

Tel. 502 179 440



program  
współdziałania

POLOmarket Sp. z o. o  
88-170 Pakość  
Giebnia 20  
NIP: 556-212-51-17

tel. 52 35-99-900  
fax: 52 35-99-999  
[www.polomarket.pl](http://www.polomarket.pl)  
[poczta@polomarket.pl](mailto:poczta@polomarket.pl)

Sąd Rejonowy w Bydgoszczy,  
XIII Wydział Gospodarczy KRS  
Nr KRS: 204601; Nr BDO: 000008895  
Wysokość kapitału zakładowego: 432.000