

"Tak hodně za tak málo!"

1.3.2024 - | PROTEXT

Společnost Pepco zahájila propagaci své pravidelné nabídky produktů za mimořádně nízké ceny.

Řetězec tak reaguje na pokračující inflaci, která se dotýká kapes zákazníků. Mimořádné ceny zahrnují vše, co rodina potřebuje, jako jsou bytové doplňky, například hrnky, svíčky nebo nádoby na potraviny, a také oblečení pro děti i dospělé.

Jarní nabídka "Super Hit" společnosti Pepco je odpovědí na potřeby spotřebitelů, kteří v době vysoké inflace hledají levné, ale kvalitní výrobky nezbytné pro každodenní život. Společnost připomíná nakupujícím svou výhodu na trhu a představuje první příklady cenových hitů, jako jsou hrnky, svíčky nebo nádoby na potraviny za 35 Kč nebo trička pro menší za 50 Kč. Za akční ceny budou k dostání také dětská body, legíny, kalhoty nebo dětské a dospělé spodní prádlo a pod.

"Když ceny na trhu rostou, my je zmrazujeme a u některých výrobků jsme je dokonce snížili. Sledujeme situaci na trhu a reagujeme na potřeby našich spotřebitelů, kteří zejména nyní hledají dobrý poměr ceny a kvality. Chápeme, jak důležitá je v dnešní době cenová a finanční stabilita, a proto jsme začali propagovat naši jarní nabídku "Super hit", aby co nejvíce lidí vědělo, že u Pepco vždy najdou oblečení a domácí potřeby za opravdu nízké ceny," říká Agnieszka Jaworska, obchodní ředitelka skupiny Pepco.

Propagační nabídka společnosti Pepco je výsledkem nejen analýzy potřeb spotřebitelů, ale také údajů a výsledků prodeje v roce 2023. Společnost Pepco se ve své nejnovější propagační akci zaměřuje na produkty, které se v posledních 12 měsících těšily mimořádné oblibě. Patří mezi ně mimo jiné licencované kojenecké a dětské svršky, jejichž prodej v roce 2023 přesáhl 10 milionů kusů nebo takové spodní prádlo, jako jsou dámské ponožky no-show, které v loňském roce rovněž vygenerovaly 10 milionů prodejů.

"V našich komunikačních aktivitách se vždy zaměřujeme na to, abychom spotřebitele oslovili informacemi o naší dostupné nabídce. Poprvé však neprezentujeme novou nebo limitovanou kolekci, sezónní nabídku, ale chlubíme se především tím, co lze koupit stále, a to za mimořádně nízké ceny. O "superhitech" Pepco budeme hovořit několik následujících týdnů a v rámci nabídky dostanou spotřebitelé možnost zakoupit jednak výrobky pravidelně dostupné v našich prodejnách, ale také tzv. in-out řady zavedené pouze na krátkou dobu. Všechny však spojují extrémně nízké ceny," uvedla Agnieszka Olejniczak, marketingová ředitelka společnosti Pepco.

Nabídka Pepco se těší rostoucí oblibě mezi spotřebiteli, kteří ve všech evropských prodejnách řetězce provedou v průměru více než 30 milionů transakcí měsíčně a vybírají si z přibližně 530 kategorií výrobků. Téměř 7 z 10 návštěv v obchodech Pepco končí nákupem.

Skupina Pepco

Skupina Pepco Group byla založena v roce 2015 a tvoří ji silné maloobchodní řetězce Pepco, Dealz a Poundland, které spolupracují s globálním dodavatelem PGS. V současné době má skupina Pepco Group více než 4800 prodejen ve 21 zemích a zaměstnává přibližně 47 000 lidí.

Pepco

Pepco, tzv. value retailer, je nejrychleji rostoucím evropským maloobchodním řetězcem, který nabízí

oblečení pro celou rodinu a domácí potřeby za velmi atraktivní ceny. Po téměř 20 letech neustálého růstu navštěvují prodejny Pepco zákazníci, kteří měsíčně uskuteční 30 milionů transakcí. Společnost se sídlem v Poznani nyní zaměstnává více než 31 000 zaměstnanců v 19 zemích celé Evropy a má síť více než 3600 prodejen.

ČTK ke zprávě vydává obrazovou přílohu, která je k dispozici na adrese <https://www.protext.cz>.

<https://www.ceskenoviny.cz/tiskove/zpravy/tak-hodne-za-tak-malo/2486653>