

## “Cosul zilnic in valoare de 100 de ron”, oferit de Mega Image si Interactions

BUCURESTI - 29 aprilie 2009 ora 15:12

Comunicat tip General in Media / Publicitate

Reteaua de supermarket-uri Mega Image si agentia de comunicare interactiva Interactions au lansat promotia 'Castiga Cosul Zilnic in valoare de 100 de ron!', prin care consumatorul este cel care isi alege premiul dintre produsele expuse pe website-ul [www.mega-image.ro](http://www.mega-image.ro). Pana pe 17 mai, Mega Image va oferi zilnic premii in produse in valoare de 100 de ron si saptamanal in valoare de 300 de ron. Cei interesati sa participe la promotie trebuie sa intre pe site, sa isi creeze un cont si sa isi construiasca zilnic cosul de cumparaturi preferat, pe care il pot castiga la finalul saptamanii.



“In fata calculatorului, cumparatorii au mai mult timp decat la raft si pot astfel sa analizeze mai bine oferta de produse. Acesta este motivul pentru care Mega Image isi comunica o parte din produse si oferte si in mediul online. Astfel, consumatorii pot analiza preturile diferitelor produse si isi pot alege produsele preferate pe care sa le castige”, a declarat Raluca Pavel, Marketing Manager, Mega Image. “Marele avantaj al promotiei este acela de a se plia exact pe preferintelor clientilor nostri. Vrem sa fim mult mai aproape de ei”. Interactions lucreaza pentru Mega Image din februarie 2009, promotia de fata fiind prima activitate derulata impreuna. Implicarea agentiei a constat in definirea strategiei promotionale si a mecanicilor de desfasurare, propunerea conceptului creativ si a executiilor, acordarea de suport in implementare, administrarea post-lansare si analiza rezultatelor promotiei.“Castiga Cosul Zilnic in valoare de 100 de ron” se desfasoara exclusiv pe site-ul [www.mega-image.ro](http://www.mega-image.ro) si este promovat pe site-ul companiei, precum si la punctele de vanzare.Adrian Alexandrescu, Managing Director la Interactions explica: “Am avut un brief clar, dar si complex in acelasi timp: cresterea traficului pe site, comunicarea in online a preturilor

reduse si comunicarea marcilor proprii. Cred ca solutia alesa este una corecta din doua motive. In primul rand, comunica intr-un mod neagresiv preturile si produsele marca proprie. In al doilea rand, permite constructia unei baze de date cu permisiune cat si profilata (colectam si obiceiurile de consum odata cu intrarea in promotie). Mega Image poate astfel personaliza comunicarile viitoare cu continut relevant pentru fiecare consumator." Echipa care a dezvoltat aceasta campanie este formata din Raluca Pavel - Marketing Manager din partea Mega Image si Denisa Armasu - Copywriter, Petru Maran - Art Director, Razvan Radulescu - Web Designer, Andreea Stan - Account Manager, Adrian Alexandrescu - Managing Director si Serban Jinga - Internet Marketing Specialist din partea Interactions.

### **Despre Free Communication**

Mega Image este una dintre primele retele de supermarketuri aparute pe piata locala, fiind infiintata in 1995. In prezent, Mega Image este membru a Delhaize Group, societate infiintata in Belgia in anul 1867. In 2008, Mega Image a achizitionat reteaua La Fourmi, ce cuprindea 14 supermarketuri localizate in Bucuresti. La sfarsitul anului 2008, reteaua Mega Image cuprindea 40 de supermarketuri. Interactions este o agentie de comunicare interactiva, parte a Grupului Media Post Hit Mail, specializata in servicii de e-CRM: dezvoltare de strategie si creatie, implementare si administrare de campanii de dialog si relationare cu consumatorii, web development si analiza/interpretare de date. 021.207.47.40irina.patru@freecomm.ro

### **FREE COMMUNICATION**

<http://www.freecomm.ro>