

Sieć SATURN rozprawi się z powszechnym stereotypem, że najtaniej jest w Internecie. W piątek rusza „edukacyjna" akcja marketingowa SATURNA pokazująca główne korzyści wynikające z zakupów w sklepach stacjonarnych.

Najnowsza akcja marketingowa sieci SATURN pod hasłem **„Nie daj się wwwkręcić"** rozpoczyna się w piątek, 16 lipca i potrwa przez tydzień. Sieć postanowiła zaprezentować swoją ofertę produktową w bezpośrednim zestawieniu z ofertą konkretnych sklepów internetowych, aby pokazać przewagę zakupów w sklepach stacjonarnych.



„Należy pamiętać o tym, że cena internetowa nie jest ceną ostateczną. Do ceny pokazanej w sklepie internetowym należy najczęściej doliczyć koszty transportu oraz szereg usług dodatkowych, których suma może w niektórych przypadkach przekroczyć nawet 100 zł. Przewagą SATURNA jest fakt, że towar można w markecie dotknąć, porównać, wybrać konkretny egzemplarz i zabrać od razu ze sobą po zakupie do domu. Ważnym elementem jest również fachowe doradztwo pracowników sklepu – to oni bardzo często rozstrzygają dylematy klientów. Dodatkowo oferujemy produkty i usługi zwiększające bezpieczeństwo i komfort zakupu, które nie są dostępne w Internecie, np. 5-letni pakiet gwarancyjny „gwarancja plus", czy raty 0% bez ukrytych kosztów" – mówi Andrzej Półćwiartek, Dyrektor Zarządzający siecią SATURN w Polsce.

Akcja **„Nie daj się wwwwkęcić"** będzie komunikowana w 15 marketach SATURN, produkty będą oznaczone specjalnymi znaczkami z hasłem akcji. Dodatkowo przygotowano specjalny bonus w postaci bezpłatnego transportu zakupionych towarów w obrębie 50 km od sklepu.



Akcja marketingowa obejmuje:

Gazetka reklamowa insertowana do prasy - Gazeta Wyborcza, Fakt i SuperExpress
Radio (RMF FM, ZET)
Internet (m.in. Wp.pl., Onet.pl)

Slogan akcji i radiówki opracowała: Agencja Young&Rubicam
Koncept akcji powstał wewnętrznie w sieci SATURN.
Media do kampanii zostały zakupione przez dział planowania mediów Media-Saturn Holding. **SATURN**
Więcej informacji z firmy MEDIA SATURN (press box)