

W 22. rocznicę powstania firmy sieć supermarketów „Piotr i Paweł” przygotowała dla swoich klientów loterię urodzinową, w której całkowita wartość nagród wynosi ponad 115 tysięcy złotych. Loteria trwa do 23 października we wszystkich sklepach „Piotr i Paweł” w całej Polsce.

Do wzięcia udziału w loterii urodzinowej sieci supermarketów „Piotr i Paweł” uprawnia firmowa karta rabatowa, którą w okresie świętowania urodzin można otrzymać za zakupy o wartości minimum 50 zł (na jednym paragonie). Aby wziąć udział w loterii należy zrobić zakupy w jednym z supermarketów „Piotr i Paweł” na dowolną kwotę, jednak nie później niż 23 października 2012 r., okazać w kasie kartę rabatową „Piotr i Paweł”, odebrać kupon loterii i zachować paragon potwierdzający dokonanie zakupów.

Nagrodą główną loterii „Piotr i Paweł” jest Alfa Romeo MiTo. Oprócz samochodu na zwycięzców czekają jeszcze 242 nagrody, a wśród nich roboty wieloczynnościowe Kitchen Aid Artisan, tablety Samsung Galaxy Tab 2 oraz zestawy produktów spożywczych marki własnej „Piotr i Paweł”.

Jubileuszową loterię sieci supermarketów „Piotr i Paweł” wspiera kampania reklamowa prowadzona w prasie ogólnopolskiej, na portalu internetowym oraz w punktach sprzedaży. O loterii informuje także fanpage firmy na Facebooku. Za kreację oraz zakup mediów odpowiada dział marketingu „Piotr i Paweł”.

Supermarkety „Piotr i Paweł”

Kiedy w 1990 roku Eleonora Woś wraz z synami Piotrem i Pawłem postanowili wykorzystać swoje doświadczenie, wiedzę teoretyczną oraz intuicję handlową i otworzyć swój pierwszy własny sklep, kierowali się myślą: chcemy stworzyć taki sklep, w jakim sami chcielibyśmy kupować. Ta prosta recepta na stworzenie miejsca, w którym w centrum uwagi jest Klient i jego potrzeby, przyniosła im ogromny sukces. Powstająca sieć sklepów „Piotr i Paweł” szybko zdobyła uznanie najpierw mieszkańców Poznania i okolic, a potem całej Polski. Kolejne lata przynosiły kolejne sukcesy i coraz większy rozmach działań: pierwszy supermarket (1991), pierwszy supermarket czynny całą dobę (1995), pierwsze umowy na zasadach franczyzy (2000), stworzenie Centrum Logistycznego (2002) i uruchomienie zakupów przez Internet (2003). Dziś już 87 sklepów jest obecnych w 51 miastach w całym kraju. Średnia powierzchnia sprzedażowa wynosi 1100 m², a asortyment sięga 30 000 pozycji. Klienci wybierają „Piotra i Pawła”, bo to sklepy, w których to oni czują się najważniejsi. Tutaj mogą być pewni szerokiego wyboru wysokiej jakości produktów i wyjątkowo przyjaznej atmosfery podczas zakupów.

Piotr i Paweł