



22 listopada odbędzie się re-otwarcie flagowej hali MAKRO zlokalizowanej w Warszawie przy Alejach Jerozolimskich 184. Firma właśnie rozpoczęła kampanię promocyjną wydarzenia.

MAKRO inwestuje w hale i przebudowuje swoje obiekty w ramach długofalowej strategii dostosowania formatów do potrzeb lokalnych rynków. Kolejną zmodernizowaną halą, po kaliskiej i zielonogórskiej, będzie stołeczna placówka zlokalizowana przy Alejach Jerozolimskich 184.

Nowy układ hali zwiększy komfort zakupów i usprawni profesjonalnym klientom poruszanie się po obiekcie. Powiększone dwukrotnie zostaną stoiska: Warzywa i Owoce, Mięso, Ryby oraz Nabiał. W ofercie sieci pojawi się ponad 2000 nowych produktów kluczowych dla gastronomii i handlu.

22 listopada w ramach re-otwarcia specjalnie dla stołecznych klientów sieci zorganizowane zostaną pokazy kulinarne, degustacje oraz inne liczne atrakcje. Wydarzenie wsparte jest kampanią reklamową realizowaną na billboardach i siatkach wieloformatowych, która promuje nową jakość MAKRO i utożsamia markę z jej kluczowymi klientami, takimi jak szefowie kuchni, czy kupcy. Re-otwarcie hali będzie również promowane w radiu oraz w internecie.

- Celem działań marketingowych MAKRO jest budowanie nowego, odświeżonego wizerunku firmy, jako profesjonalnego dostawcy asortymentu dla gastronomii i handlu. Śledzimy trendy rynkowe i wprowadzamy coraz więcej nowoczesnych kanałów komunikacyjnych – komentuje Anna Heimberger, Head of Branding and Customer Activation w MAKRO Polska.

Za zakup mediów na potrzeby kampanii odpowiada MGA, kreacje przygotował zaś dział marketingu MAKRO Polska.

Obiekt zlokalizowany przy Alejach Jerozolimskich, o powierzchni sprzedaży ok. 12 tys. m kw., jest pierwszą halą MAKRO otwartą w Polsce.

MAKRO Cash & Carry

[informacje prasowe MAKRO \(press box\)](#)