



Znane są już przedsiębiorstwa, które wezmą udział w projekcie realizowanym wspólnie z Miastem. Udział w drugiej edycji Konsorcjum Marki Poznań weźmie 39 marek związanych z Poznaniem reprezentujących 11 różnych branż. Celem nadrzędnym projektu jest osiągnięcie synergii wizerunkowej między markami a Miastem. Wśród wyłonionych Marek znalazła się polska sieć Piotr i Paweł.

Konsorcjum Marki Poznań powstało jako element stworzonej w 2009 roku Strategii Promocji Miasta Poznania. Jest to jedyna w Polsce platforma trwałej współpracy marketingowej pomiędzy miastem, a partnerami komercyjnymi. Należące do niego marki tworzą biznesową wizytówkę miasta, wykorzystując ścisły związek swojego know-how z poznańską tradycją skuteczności. W drugiej edycji projektu udział wezmą najważniejsze poznańskie marki. Decyzję o podjęciu z nimi współpracy podjęła specjalnie powołana w Rada Ekspertów – gremium niezależnych ekspertów z zakresu marketingu, kultury, innowacji czy sportu. Kryteriami decydującymi o podjęciu współpracy z markami były m.in. ich rozpoznawalność i reputacja wśród grup docelowych na terenie Poznania i okolic. W II edycji projektu znalazły się firmy takie jak Volkswagen, GlaxoSmithKline, Solaris, Ikea, Astra, Allegro, Yes i oczywiście Piotr i Paweł.

Przyjęte 39 marek reprezentuje 11 różnych obszarów działalności. Najliczniej reprezentowane branże to: Internet/IT, handel, moda i uroda, motoryzacja oraz zdrowie. Najbardziej pożądanymi polami współpracy wskazanymi przez marki są: innowacyjność, handel, CSR oraz edukacja – Misją Konsorcjum Marki Poznań jest budowanie coraz bogatszej oferty dla poznaniaków, tworzenie synergii wizerunkowej między markami i Miastem oraz działanie na rzecz przyciągania i rozwijania kapitału ludzkiego Miasta – mówi Ryszard Grobelny, Prezydent Miasta Poznania.

Wspólnie z markami, Miasto będzie realizowało szereg projektów. W najbliższym czasie odbędą się spotkania z firmami w celu ustalenia harmonogramu działań. Uzgodnione zostaną także szczegóły co do realizacji wspólnych przedsięwzięć. Firmy już w trakcie procesu aplikacyjnego wskazywały interesujące je pola współpracy.

Jesteśmy silnie związani z Miastem, nasze pierwsze sklepy powstawały w Poznaniu, tu są nasze korzenie i klienci, którzy są z nami od 23 lat-mówi Ewa Aleszczyk-Kalinowska, rzecznik sieci Piotr i Paweł- stąd pełna nasza gotowość uczestnictwa w Konsorcjum. Chcemy przyczynić się do wzrostu atrakcyjności naszego Miasta.

Piotr i Paweł to dziś 90 sklepów, obecnych w 51 miastach w całym kraju. Średnia powierzchnia sprzedażowa wynosi 1100 m², a asortyment sięga 25 000 pozycji. Obecnie sieć realizuje w kilku sklepach pilotażowy program 5 Gwarancji, który ma na celu przedstawieniu sieci zarówno jako miejsca najwygodniejszych jak i najkorzystniejszych cenowo zakupów.

newss.pl

Piotr i Paweł w II edycji Konsorcjum Marki Poznań

Piotr i Paweł (www.piotripawel.pl)

WIECEJ INFORMACJI z Piotr i Paweł S.A. (PRESS BOX)