

Wystartowała kampania marketingowa Geloo.pl w największych polskich portalach internetowych Geloo.pl, pierwsza w Polsce platforma smart shopping, rozpoczęła kampanię odsłonową w portalach WP.PL, Onet.pl i O2.PL. Dodatkowo akcji informacyjnej towarzyszy targetowany mailing do użytkowników INTERIA.PL, Onet.pl oraz O2.PL. Kampania potrwa do końca lutego.

Geloo.pl ruszyło z kolejną – po wprowadzeniu Programu Partnerskiego dla użytkowników – akcją informacyjną skierowaną do osób, którym zależy na oszczędnym gospodarowaniu pieniędzmi. Serwis, który wystartował po koniec ubiegłego roku, ma już na swoim koncie kampanię marketingową przeprowadzoną w czołowych portalach, na platformach społecznościowych i prasie.

– Poprzez Program Partnerski Geloo.pl, jak i kampanię w internecie, chcemy zapoznać i przyzwyczaić Polaków do idei smart shopping, czyli rozsądnego i zarazem sprytnego dokonywania zakupów – mówi Sylwia Cyra, Dyrektor ds. Marketingu Geloo.pl. – Naszym celem jest stworzenie internautom nieustannej możliwości korzystania z atrakcyjnych ofert sprzedaży, bez konieczności porównywania cen i akceptowania zgiełku hipermarketów.

Platforma ma już w planach kolejne działania na rzecz upowszechniania idei smart shopping w Polsce.

Informacje dodatkowe:

Na czym polega smart shopping?

Idea smart shoppingu, czyli tzw. sprytnego kupowania, narodziła się w Stanach Zjednoczonych. Polega na umiejętności korzystania z promocji zakupowych tak, aby kupować produkty dobre jakościowo po okazjnych cenach. Pierwszym krokiem na drodze do „sprytnego kupowania” jest określenie budżetu, na którego podstawie można zaplanować zakupy. Stała kontrola nad funduszami pomaga zapobiec nadmiernej rozrzutności, a w dalszej perspektywie, powstaniu debetów na koncie. Wiedząc, jakimi środkami się dysponuje, można je spożytkować w sprytny sposób.

Więcej na: www.geloo.pl

Geloo.pl