



Sajtóközlemény

Pénzvisszafizetési garanciával és rövid sorban állással kampányolt az ALDI

**- a kampányok középpontjában a 2011-es kóstoltatás során
legnépszerűbbnek bizonyult termékek, az ALDI minőségellenőrzése
és pénzvisszafizetési garanciája állt**

Biatorbágy, 2012.05.22. – A német diszkontáruház-lánc tagjai között nemzetközi szinten is újításairól ismert magyarországi leányvállalat, az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. valamennyi ALDI vállalat közül elsőként vett igénybe ilyen mértékben online eszközöket reklámkampányának támogatására. A magyar ALDI 2012-es első kampánya rejtélyes játékra hívta a vásárlókat: a kreatívan egy fa törzsére kitűzött hirdetés szerepelt, amelyen ezúttal nem elkóborolt háziállatot, vagy elveszett plüssmackót kerestek, hanem a kedvező árú krémes tejfől, kaukázusi kefir, mogyorós csokoládé és ízletes bécsi virsli lelőhelyét. Természetesen mind a négy saját márkás termék egyedül az ALDI üzletek kínálatában elérhető, ám ezt a kreatív szándékosan nem emelte ki, sem azt, hogy ki a hirdető. A rejtély kibogozásához az ALDI a plakátokon és az online hirdetéseken feltüntetett keressuk.info weboldalon adott segítséget az érdeklődők számára.

A 2011-es „Íz-szigetek” kampány és kóstolás során több mint 30 000 vásárló által kiválónak értékelt termékek kaptak reflektorfényt a „Keressük!” kampány hirdetésein, amit egy kiemelten fontos üzenettel egészítettek ki: az ALDI üzletekben egy hétféle nagybevásárlás – a gyors pénztáraknak köszönhetően is – akár 15 perc alatt is elvégezhető. A kampány február közepén kezdődött a rejtélyes „Keressük....!” üzenetekkel, majd március 1-én fedte fel magát a hirdető ALDI. Ekkor vált mindenki számára egyértelművé, hogy hol vásárolhatók meg ezek a termékek, amelyeket két hétig rendkívül kedvezményes áron szerezhettek be a vásárlók, az ország 78 ALDI üzletében. A kampány különlegessége az volt, hogy csak online bannerek, Google AdWords hirdetések és óriásplakátok használatával hívta fel a figyelmet az ALDI négy termékére és a gyors nagybevásárlás lehetőségére. A kampány eredménye minden várakozást felülmúlt: alig négy hét alatt közel 60 000 látogató kereste fel a keressuk.info oldalt.

Az áruházlánc második kampánya április és május során az ALDI-t versenytársaitól megkülönböztető előnyökre hívta fel a figyelmet. A fókuszban ezúttal az ALDI-ban megvásárolható áruk minősége, továbbá az üzletlánc pénzvisszafizetési garanciája állt. Több konkurens áruházról eltérően a reklámokban nem népszerű sztárok, hanem az ALDI egyik dolgozója, egy ALDI vásárló, illetve az SGS Hungária Kft. Mezőgazdasági laboratóriumok vezetője mutatta be az üzletekben kapható termékek szigorú minőségellenőrzését. Kevesen tudják, hogy az ALDI saját költségén évente legalább egyszer bevizsgálja az üzleteiben kapható összes terméket, de akad olyan árucikk, ami akár évente négyszer is bevizsgálásra kerül – az áruházlánc termékeit három magyarországi és egy bécsi laboratórium is rendszeresen teszteli. A laborok például olyan allergén-, EHEC és peszticidvizsgálatot is végeznek a termékeken, amelyekre a törvény nem kötelezi az áruházláncot, de vizsgálják például az élelmiszerek zsírsav- és cukor-összetételét, vitamin-, ásványi anyag- és mikroelemtartalmát. Ezáltal csak olyan termékek kerülhetnek az ALDI immár 80 magyarországi üzletébe, amelyek a hatályos magyar jogszabályok szerint forgalomba hozhatók és például táplálkozásélettani is megfelelőek. A kampány másik kiemelt üzenete az áruházlánc pénzvisszafizetési garanciája: ennek keretében a 12 500 forintnál többbe kerülő termékekre 2 hónapig, míg az ennél alacsonyabb értékű árukra korlátlan ideig nyújt visszavásárlási garanciát a cég. „Hisszük, hogy üzeneteink országsszerte ismét számos magyar vásárlót győznek meg arról, hogy az ALDI-t érdemes kipróbálni, hiszen az üzleteinkben kapható, kiváló ár-érték arányú, minőségi termékek könnyen, sorban állás nélkül vásárolhatók meg, az elégedettséget ráadásul

pénzvisszafizetési garanciánk is emeli” – teszi hozzá Székács Tibor, az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. ügyvezető igazgatója.

Az ALDI kampányainak kreatívjait a strobl+strobl Advertising készítette, a pr-feladatokért és a Google hirdetésekért a Chapter4 Communications Kft. volt felelős, az online médiatervezést és -vásárlást pedig a Médialógus Kft. végezte.

Az ALDI-ről

Az ALDI a diszkont filozófia megalkotójaként a lehető legkedvezőbb áron biztosítja kiváló minőségű termékeit vásárlói számára. Az ALDI Magyarország Élelmiszer Bt. 2008-ban nyitotta meg első áruházát Magyarországon, amelyet 1100 munkahely létrehozása mellett immár 80 áruházból álló országos hálózattá bővített. Az ALDI Magyarországról bővebb információ a <http://aldi.hu/> weboldalon található.

További információ:

Pákolicz Attila

Chapter4 Communications Kft.

Telefon: +36 307 001 888

Email: a.pakolicz@chapter4.hu