Tisková zpráva, 27. června 2016

**MAKRO startuje velkou marketingovou kampaň. Dnem soukromého podnikání podpoří malé podnikatele**

**Velkoobchod MAKRO ČR v červnu spustil marketingovou kampaň v celkové hodnotě více než 20 milionů korun. Jejím prostřednictvím chce vyzdvihnout tvrdou práci malých podnikatelů a zavést tradici Dne soukromého podnikání, který letos připadne na 11. října. Jedná se o jednu z největších kampaní v historii společnosti a zahrnuje tisk, rádio, internet i vlastní komunikační kanály. Poprvé na českém trhu také odvysílá televizní spot.**

*„Chceme ocenit malé podnikatele za jejich tvrdou každodenní práci a věnovat jim speciální den. Den soukromého podnikání se uskuteční v 25 zemích po celém světě a je naplněním naší strategie „Pomáháme podnikatelům růst“. Již nejsme jen o prodeji zboží podnikatelům , ale poskytujeme našim zákazníkům mnohem širší spektrum služeb, včetně poradenství a vzdělávání,“* vysvětluje Marcela Syrovátková, ředitelka marketingu MAKRO ČR.

Kampaň odstartovala v polovině června spuštěním webové platformy na adrese [www.denpodnikani.cz](http://www.denpodnikani.cz), kam se mohou všichni podnikatelé bez ohledu na obor registrovat se speciálními nabídkami pro své zákazníky. Ty se poté zobrazí na interaktivní mapě. Záleží přitom jen na nich, co svým zákazníkům nabídnou. Může to být například dezert ke kávě zdarma, sleva na nákup nebo kulturní akce. Veřejnost poté na stejných stránkách najde v přehledné mapě všechny podniky ve svém okolí, které si na tento den připravily speciální nabídku.

*„Všechny marketingové aktivity jsou naplánovány od června do října a jsou rozděleny na dvě fáze. Nejříve se budou soustředit na akvizici podnikatelů a jejich nabídek, v druhé polovině zacílí na koncové zákazníky, aby se přišli k podnikatelům ze svého okolí podívat,“* vysvětluje Marcela Syrovátková

MAKRO využije na podporu celý marketingový mix. Odstartuje s vlastními komunikačními kanály, jako jsou letáky, web, e-mailingy, ale také instore nebo one-to-one komunikace prostřednictvím obchodních zástupců. Přidá se kampaň v on-linu a na sociálních sítích a nebude chybět ani PR podpora. V druhé části se připojí inzerce v Deníku a Blesku, radiospoty na stanicích skupony Radiohouse a televizní reklama na partnerských stanicích ze skupiny Prima Group.

TV spot zde:

<https://www.youtube.com/watch?v=dKmREvay2bI>

Historicky první Den soukromého podnikání se letos bude konat 11. října, v dalších letech poté vždy druhé úterý v říjnu. Cílem projektu je připomenout důležitost malých podnikatelů nejen pro domácí ekonomiku, ale také pro společnost. Současně je záměrem podpořit rozvoj místních komunit, se kterými jsou drobní podnikatelé spjatí. Partnery jsou Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR a Nadační fond pro podporu zaměstnávání osob se zdravotním postižením s projektem Srdcerváči, který pomáhá zaměstnávat zdravotně postižené. Pro zúčastněné podnikatele dodá ručně vyráběné čokolády s logem kampaně.

Každý podnikatel, který se zapojí se svojí nabídkou může od sprna získat promo materiály pro svou provozovnu. Navíc všichni, kteří se přihlásí do konce sprna budou soutěžit o mediální prostor v regionálních denících. Na září a říjen si MAKRO připravilo atraktivní a cenově výhodné nabídky – denní nabídky, speciální vouchery, ochutnávky a další akce.

Kreativu a koncept kampaně připravila globálně agentura Serviceplan společně s interním týmem skupiny METRO GROUP. O lokální adaptaci se stará reklamní agentura Kaspen/Jung von Matt. Komunikaci na sociálních sítích a PR zajišťuje Inspiro Solutions. Média plánuje mediální agentura OMD a webovou platformu připravila digitální agentura Actum.

\*\*\*

**METRO/MAKRO Cash & Carry** provozuje více než 750 samoobslužných velkoobchodů ve 25 zemích. Společnost celosvětově zaměstnává přibližně 110 000 lidí a za fiskální rok 2014/2015 dosáhla prodejů v celkové výši 30 miliard EUR. METRO Cash & Carry tvoří prodejní divizi skupiny METRO GROUP, která je jednou z největších mezinárodních retailových společností. Za fiskální rok 2014/2015 dosáhl její obrat 59 miliard EUR. Společnost působí ve 29 zemích, má 220 000 zaměstnanců a provozuje zhruba 2 000 obchodů. Výkon skupiny METRO GROUP je založen na síle obchodních značek, které působí nezávisle ve vlastních tržních segmentech: METRO/MAKRO Cash & Carry jako světový lídr v oblasti samoobslužných velkoobchodů, Media Markt a Saturn jako evropský lídr v oblasti prodeje spotřební elektroniky a Real hypermarkety.

**Pro více informací kontaktujte:**

**Tereza Pidrmanová**

Inspiro Solutions   
tel.: +420 734 354 063

e-mail: [tereza.pidrmanova@inspiro-solutions.cz](file:///C:\Users\romana.nydrle\AppData\Local\Microsoft\Windows\Temporary%20Internet%20Files\Content.Outlook\26P8L9Z8\tereza.pidrmanova@inspiro-solutions.cz)

**Romana Nýdrle**

Ředitelka korporátní komunikace MAKRO Cash & Carry  
tel.: +420 251 111 112

e-mail: [romana.nydrle@makro.cz](mailto:romana.nydrle@makro.cz)

[www.makro.cz](http://www.makro.cz)

[www.facebook.com/makro.cz](http://www.facebook.com/makro.cz)

[www.twitter.com/makrocr](http://www.twitter.com/makrocr)