
Zakupy w Żabce Nano? #NANOrmalne, czyli jeszcze lepsze niż zwyczajne

Żabka Nano wystartowała z nową kampanią digitalową pod hasłem #NANOrmalnie. Jej celem jest edukowanie nowych i powracających klientów, jak działa format, a także zachęcanie do zakupów oraz korzystania ze spersonalizowanych promocji, które można znaleźć w strefie NANO w aplikacji mobilnej Żappka.

– Kampania #NANOrmalnie ma na celu wzmocnienie świadomości marki Żabka Nano. Chcemy zachęcić do korzystania z wygodnych zakupów w sklepach autonomicznych osoby, które z różnych względów się na to jeszcze nie zdecydowały. Mówimy, że w Żabce Nano zakupy zrobisz #NANOrmalnie, czyli lepiej niż zwykle. Podkreślamy jednocześnie zalety naszego formatu – dostępność, wygodę, szybkość i personalizację procesu zakupowego – mówi Andrzej Popławski, Nano Sales & Marketing Lead w Żabka Future.

#NANOrmalne zakupy

Stworzone w ramach kampanii #NANOrmalnie kreacje, wykorzystując zabawę słowem, w humorystyczny sposób tłumaczą, jak kupować w Żabce Nano. Podkreślają też przewagi zakupów w autonomicznych sklepach sieci, m.in. dostępność siedem dni w tygodniu przez całą dobę, łatwość korzystania ze sklepów, szybkość procesu zakupowego (bez kolejek, kas i konieczności skanowania produktów), dostępność asortymentu spersonalizowanego pod typ lokalizacji i profil klienta (np. dla studentów) oraz atrakcyjne promocje dla użytkowników aplikacji Żappka. Zwracają też uwagę na unikatowe cechy zakupów w Żabce Nano, np. możliwość robienia zakupów przez kilka osób jednocześnie, możliwość zakupu owoców i warzyw na sztuki (bez konieczności ważenia) czy łatwość w rezygnacji z zakupu danego produktu w przypadku zmiany decyzji przez klienta. **Całość spina hasło #NANOrmalne zakupy – czyli jeszcze lepsze niż normalne i zwyczajne.**

Kampania prowadzona jest na najpopularniejszych platformach reklamowych online. Animacje promujące Żabkę Nano są m.in. stylizowane są na rozmowy prowadzone na Messengerze, Tinderze czy w Microsoft Teams. Reklamy targetowane są geograficznie, w dużych miastach, w których zlokalizowane są Żabki Nano, m.in. w Katowicach, Krakowie, Poznaniu, Trójmieście, Warszawie oraz Wrocławiu, a także w oparciu o retargeting i wcześniejsze zainteresowanie skorzystaniem ze sklepów Żabka Nano.

Autorem koncepcji kreatywnej jest agencja Polot. Zakupem mediów OOH zajęła się agencja Value Media.

Nie taki zwyczajny sklep

Żabka Nano to innowacyjny koncept, który zmienia i kształtuje postrzeganie doświadczeń konsumenckich. Pierwszy sklep rozpoczął swoją działalność w czerwcu 2021 r. w Poznaniu. Sklepy Żabka Nano zlokalizowane są m.in. biurowcach czy akademiku. Stanowią także ważny element tkanki miejskiej – są obecne na ważnych ulicach miast czy na stacjach metra i dworcach kolejowych.



Więcej o Żabka Nano na: zabkagroup.com/pl/convenience/nano/ i zabka.pl/zabka-nano

Grupa Żabka powstała na początku 2021 roku. Składa się z trzech podstawowych jednostek biznesowych: Żabka Polska, Żabka Future i Żabka International, które są wspierane przez Przywództwo Strategiczne, definiujące strategię i rozwój Grupy, strategię personalną i finansową oraz odpowiadające za synergię procesów w ramach Grupy. Żabka Polska koncentruje się na działalności detalicznej i odpowiada głównie za operacyjne i handlowe aspekty działalności Grupy, w tym zarządzanie i rozwój nowoczesnej sieci placówek stacjonarnych typu modern convenience oraz ogólnopolskiej sieci logistycznej Grupy. Żabka Future odpowiada za przyśpieszenie tworzenia cyfrowego ekosystemu convenience z synergiami pomiędzy jego częściami oraz zapewnienie optymalnej technologii do wielokierunkowego rozwoju Grupy. Z kolei Żabka International odpowiada za realizację ekspansji zagranicznej Grupy. W skład Grupy Żabka wchodzi także firma Maczfit, lider rynku cateringu dietetycznego w Polsce oraz Dietly.pl, wiodąca platforma e-commerce w tym segmencie. Celem Grupy jest tworzenie i łączenie wygodnych i odpowiedzialnych rozwiązań w obszarze convenience, które ułatwiają klientom codzienne życie. Działania w obszarze odpowiedzialności Grupa rozwija w sposób strategiczny, integrując czynniki środowiskowe, społeczne i z obszaru ładu korporacyjnego (z ang. ESG) ze strategią biznesową. W ramach strategii odpowiedzialności Grupa Żabka podjęła się zobowiązań m.in. w zakresie dobrego żywienia, usług ułatwiających zrównoważone życie, rozwoju przedsiębiorczości, wzmacniającej kultury organizacyjnej, ładu korporacyjnego oraz cyrkularności i dekarbonizacji. Link do Raportu Odpowiedzialności za rok 2022: <https://zabkagroup.com/pl/nasza-odpowiedzialnosc/>

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Żabka Polska

e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl

tel. +48 514 877 509