Lokale Prospekte und Produkte von POCO-Domäne online und mobil auf Marktjagd

Lokale Prospekte und Produkte von POCO-Domäne online und mobil auf Marktjagd

Dresden/Bergkamen - Stationäre Einzelhändler setzen vermehrt auf digitales Marketing, um neue Zielgruppen anzusprechen. Das heißt, sie verbreiten ihre lokalen Werbebotschaften wie Produkte, Prospekte und Standortinformationen online und mobil über starke Werbenetzwerke. Auch POCO-Domäne nutzt diese neuen Marketing-Kanäle bereits umfassend. Mit seiner Präsenz auf dem Angebots- und Informationsportal Marktjagd sowie dessen namhaften Werbepartnern möchte der Einrichtungsdiscounter vor allem seine Reichweite steigern.
Online- und Mobile-Marketing wird für lokale Einzelhändler immer wichtiger. Um mit seinen Prospekten und Produktinformationen möglichst viele Nutzer zu erreichen, hat sich POCO-Domäne mit Marktjagd einen starken Partner für lokale Reichweite gesucht. Auf dem Verbraucherportal werden Prospekte und Produkte des Einzelhändlers tagesaktuell und standortgenau angezeigt. Gleichzeitig können sich die Nutzer über alle Geschäftsdaten wie Adresse und Öffnungszeiten der Filiale in ihrer Nähe informieren.
"Marktjagd geht aktiv auf den Kunden ein und entwickelt sich am Kunden orientiert weiter", erklärt Marcel Bewersdorf, Verantwortlicher für das Online-Marketing bei POCO-Domäne. Vor allem die detaillierte Darstellung der Angebote auf Artikelebene, die Übersichtlichkeit und intuitive Navigation der Seite hebe den Anbieter laut Bewersdorf positiv von seinen Wettbewerbern ab. "Wir verstehen uns als Partner auf Augenhöhe, so können wir unsere Händler auf allen digitalen Kanälen optimal präsentieren", beschreibt Jan Großmann, Geschäftsführer der Marktjagd GmbH, die Zusammenarbeit. Das ist auch der Grund, warum sich POCO-Domäne bereits Anfang 2011 für die umfassende Partnerschaft mit Marktjagd entschieden hat. Seitdem ist der Einzelhändler mit seinen Filialinformationen, Produkten und Prospekten auf dem Portal Marktjagd.de, in dessen mobiler Web-App, in der Smart TV-App sowie in der Facebook-App und nicht zuletzt auf Partner-Seiten wie Das Örtliche, billiger.de oder DasTelefonbuch vertreten.
Das sich verändernde Mediennutzungsverhalten der Zielgruppe werde zukünftig zu starken Verschiebungen führen, der Wandel finde aktuell bereits statt, begründet Bewersdorf die umfangreichen digitalen Maßnahmen. ROPO-Studien (Research online, purchase offline) zeigen immer wieder, dass Verbraucher online nach Produkten suchen, dann aber bevorzugt offline in Geschäften in ihrer Nähe kaufen.
Informationen und Bildmaterial finden Sie unter http: //blog.marktjagd.de/presse und http://www.poco.de/presse/ .

Über Marktjagd:
Marktjagd ist Deutschlands Angebots- und Informationsportal zum Finden lokaler Geschäfte und zum Stöbern in Produkten, Prospekten und Coupons. Händler erhalten mit Marktjagd regionalisiertes Multi-Channel-Marketing aus einer Hand. Über namhafte und innovative Werbekanäle werden alle werberelevanten Botschaften standortgenau publiziert - das heißt: online, mobil, über Facebook und Smart TV. Verbraucher können so gezielt in den Angeboten der Händler in ihrer Nähe suchen und in den Prospekten stöbern. Die klassische Einzelhandelswerbung wird damit zur nützlichen Information für den Kunden. Denn lokales Shopping heißt heutzutage: Online suchen, offline kaufen!
Betrieben wird Marktjagd von der Marktjagd GmbH. Das Unternehmen mit Sitz in Dresden wurde von Jan Großmann und Thomas Harzer 2008 gegründet. Seit 2010 sind namhafte Verzeichnisverlage an Marktjagd beteiligt. Derzeit sind auf Marktjagd über 150.000 Standorte deutscher Einzelhändler gelistet.

Über POCO-Domäne:
Die haben aber auch alles! POCO - das ist Schönes Wohnen für weniger Geld. Preisbewusste Kunden finden in den gelben Einrichtungsmärkten ein umfassendes Sortiment von Möbeln und Küchen über Haushaltswaren, Heimtextilien, Farben, Tapeten, Teppichböden, Teppichen und Elektroartikeln bis hin zu Geschenkartikeln. Produkte namhafter Markenhersteller sind genauso im Angebot wie besonders günstige, exklusiv für POCO hergestellte Eigenmarken. Kunden schätzen neben dem exzellenten Preis-Leistungsverhältnis besonders den kompetenten Service im Markt vor Ort.
In deutschlandweit über 96 Märkten sind aktuell mehr als 6.000 Mitarbeiter tätig. Mit einem Umsatzvolumen von 1,1 Milliarden Euro im Jahr 2011 zählt das Unternehmen zu den großen deutschen Anbietern im Mitnahmebereich und steuert einen konsequenten Wachstumskurs. Allein im Jahr 2011 gab es acht Neueröffnungen.

Marktjagd:
Beatrice Brülke
Managerin Kommunikation
Marktjagd GmbH
Königsbrücker Str. 33
01099 Dresden
Tel.: 0351 - 418 894 - 42
E-Mail: beatrice.bruelke@marktjagd.de
  http://blog.marktjagd.de/presse

POCO-Domäne:
Horschler Kommunikation
Friedrich-Ebert-Straße 19
<img src="http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pinr_=505162" width="1" height="1">

Pressekontakt

Marktjagd:

01099 Dresden

beatrice.bruelke@marktjagd.de

Firmenkontakt

Marktjagd:

01099 Dresden

beatrice.bruelke@marktjagd.de

Weitere Informationen finden sich auf unserer Homepage