**Pepco zmienia wygląd sklepów i rozszerza ofertę**

**Pepco – najszybciej rozwijająca się europejska sieć handlowa – wprowadza nowy koncept wizualny oraz aranżację swoich sklepów, a także rozszerza ofertę produktową. Pierwsze polskie lokalizacje Pepco, w zupełnie nowej odsłonie, łączące wszystkie zmiany, zostały w ramach testu otwarte już we Wrocławiu.**

**Nowe Pepco, czyli odpowiedź na potrzeby klientów**

Zmiany w Pepco to projekt poprzedzony szczegółowymi analizami potrzeb klientów, zarówno tych dokonujących zakupów w sklepach sieci, jak i osób nimi zainteresowanych. Nowe sklepy odwiedzić można już we Wrocławiu, natomiast po zakończeniu fazy testowej, wybrane zmiany sukcesywnie będą też wprowadzane w kolejnych lokalizacjach.

*„Miliony klientów odwiedzają nasze sklepy w całej Europie, dokonując każdego miesiąca ponad 20. milionów transakcji. Odpowiadając na ich potrzeby, ale również chcąc przyciągnąć tych, którzy jeszcze nie odwiedzają nas regularnie, zmieniamy się i dostosowujemy do nowych oczekiwań rynkowych. W naszych wrocławskich sklepach przeprowadziliśmy duże remonty i skumulowaliśmy wszystkie możliwe zmiany. Między innymi zmieniliśmy layout powierzchni, wprowadziliśmy jeszcze łatwiejszą nawigację, oraz zwiększyliśmy przestrzeń ekspozycyjną, rozszerzając równocześnie samą ofertę produktową. Projekt jest niezwykły z powodu samej jego realizacji – w przeciągu kilku tygodni zmieniliśmy 16 sklepów bez ich zamykania i wprowadziliśmy za jednym zamachem wszelkie zmiany, jakie chcieliśmy testować” –* skomentował Piotr Korek Europejski Dyrektor ds. Inwestycji i Ekspansji Pepco.

**Większa powierzchnia sprzedażowa i więcej produktów**

Powierzchnia sprzedażowa w zmodernizowanych sklepach Pepco, dzięki między innymi zmniejszeniu części magazynowej i zredukowaniu liczby przymierzalni, zwiększyła się średnio o 12%. Umożliwiło to wyeksponowanie pełnego asortymentu sieci, co przekłada się na zwiększenie – średnio o 22% – ilości oferowanych produktów, między innymi linii, takich jak ubrania z bawełny organicznej, odzież sportowa Cardio Bunny, kreatywne zabawki dla dzieci, wyposażenie i dodatki dla domu, np. kolekcja Japandi czy garnki i patelnie Peter Cook.

Wszystkie sklepy wrocławskie mają nowe meble, komunikację i layout pozwalające na jeszcze bardziej intuicyjne i komfortowe zakupy. W strefie przykasowej wprowadzony został układ mebli z drobnymi produktami, który może pomóc sfinalizować zakupy osobom oczekującym w kolejce. Wykorzystane zostały również wolne przestrzenie, na przykład na słupach, gdzie zamontowano półki oraz panele ścienne do ekspozycji drobnych akcesoriów. W ramach zmian wprowadzone zostały również nowe koszyki i odzież pracownicza oraz zmodernizowano sklepowe zaplecza. Pokoje socjalne zostały przearanżowane, nowocześnie umeblowane i wyposażone, dzięki czemu pracownicy mogą spędzać przerwy oraz odbywać zebrania w jeszcze bardziej komfortowych warunkach.

**Nowe sklepy z nowym logo**

Sklepy wrocławskie przeszły również rebranding. Wprowadzone zostały tu liczne zmiany wizualne, które można zauważyć już na samym wejściu, w witrynie sklepowej, w nawigacji, komunikacji cen i kategorii produktowych.

*„Nowe sklepy Pepco przeszły niesamowitą metamorfozę, także wizualną. Jednym z kluczowych elementów tej zmiany jest nasze logo, które jest bardziej nowoczesne i buduje nową tożsamość marki. Niesie skojarzenia z marką rodzinną, troskliwą, bliską i podążającą za najnowszymi trendami. Serce obecne w logotypie odzwierciedla naszą relację z klientkami, dumę z wartości rodzinnych, które pielęgnują w swoich domach i o które my jako firma chcemy dbać” –* dodała Agnieszka Olejniczak, Dyrektor ds. Marketingu Pepco.

Nowy format sklepów został na wiosnę wprowadzony w 16. wrocławskich sklepach sieci. Część rozwiązań tego projektu jest już wprowadzana w każdym nowo otwieranym Pepco, inne nadal są testowane i konsultowane z klientami. Ich wyniki zdecydują o terminie i formie dalszego wdrażania w pozostałych lokalizacjach. Równocześnie sieć w dalszym ciągu prowadzi dynamiczną ekspansję w całej Europie. Aktualnie Pepco obecne jest w 15 krajach, a w tym roku planuje między innymi otwarcia swoich pierwszych sklepów w Niemczech i Grecji.

\*\*\*

Pepco to sklepy oferujące odzież dla całej rodziny i artykuły dla domu. Sieć posiada prawie 2700 placówek w 15 krajach europejskich: od Estonii po Włochy i od Hiszpanii po Bułgarię, w tym ponad 1100 sklepów w Polsce. Dewiza marki to „Poczuj jakość, pokochaj cenę”. Każdego miesiąca klienci odwiedzający sklepy Pepco dokonują 20 milionów transakcji. Obecnie sieć zatrudnia ponad 22 tysiące pracowników, w tym ponad 800 w poznańskiej centrali.

***Kontakt dla mediów:***

Katarzyna Wilczewska

e-mail: kwilczewska@pepco.eu

Krzysztof Tomczyński

e-mail: pepco@alertmedia.pl tel.: +48 506 051 963