**Kam tas „epsas“, „live‘as“ su 15 žiūrovų ir kaip namuose pasisodinti Bulvių: „Iki“ pradeda naują žaismingai informatyvią kampaniją, skirtą senjorams**

*Pranešimas žiniasklaidai*

*2024 09 03*

**„Iki“ senjorai visada pirmi“, – su tokiu šūkiu į rudenį žengia prekybos tinklas „Iki“, pradėjęs naują reklamos kampaniją. Žaismingose, tačiau informatyviose reklamose į eterį grįžusi Irena dalijasi senjorams naudingais patarimais – kaip sutaupyti apsiperkant, kaip naudotis savitarnos kasomis ir kokios naudos laukia parsisiuntus „Iki“ programėlę – „epsą“.**

Naujos reklamos kampanijos pagrindinis tikslas – padėti senjorams jaustis patogiau ir užtikrinčiau apsiperkant šiuolaikinėje parduotuvėje. Ypač – pasitelkiant naujas technologijas ir patrauklias nuolaidas, sako „Iki“ rinkodaros vadovas Andrejs Dudko.

„Lietuvos senjorai išties imlūs naujovėms, kartais tereikia tik paskatinimo. Norime akį patraukiančiomis reklamomis ne tik padrąsinti senjorus pasinaudoti moderniomis priemonėmis, bet ir ugdyti jų pasitikėjimą savo gebėjimais naudojantis savitarnos kasomis, padėti rasti geriausius pasiūlymus ir išnaudoti visus prekybos tinklo teikiamus privalumus“, – pasakoja A. Dudko.

Rinkodaros vadovo teigimu, ryškios, lengvai identifikuojamos ir įsimenančios reklamos – tinklo vizitinė kortelė. Sėkmingus rezultatus pasiekti padeda jau anksčiau pristatyti ir pirkėjų pamėgti reklamų personažai, nuolat naudojama panaši spalvų gama, ta pati energija. Todėl žiūrovai iškart lengviau atpažįsta, kad tai – „Iki“ reklama, ir nešama žinutė perduodama efektyviau. Pavyzdžiui, reklama apie tinklo dalintą maisto pilną geltoną šaldytuvą šventinėje komunikacijoje tapo lyderiu pagal atpažįstamumą.

Pasak A. Dudko, naujoji kampanija yra nuosekli pasirinkto pozicionavimo bei šūkio „Iki – arčiau tavęs“ tąsa. Turėdama vieną plačiausių parduotuvių tinklų šalyje, bendrovė siekia, kad jose kuo sklandžiau apsipirktų visi – nepriklausomai nuo miesto, poreikių ar amžiaus.

„Senjorai visuomet mums buvo ir yra labai svarbi pirkėjų grupė. Kad jiems būtų paprasčiau apsipirkti, turime ne tik būtent jiems skirtų ypatingų pasiūlymų, bet ir specialų [polapį mūsų interneto svetainėje](https://iki.lt/senjorams/), kur atsakome į dažniausiai iškylančius klausimus, pateikiame naudingos informacijos. Be to, jie visuomet gali drąsiai kreiptis į mus nemokamu telefonu visą parą. Naująja kampanija norime užmegzti dar glaudesnį ryšį su senjorais, kad šie jaustis svarbia dalimi bendruomenės, kurioje yra vertinami bei gerbiami“, – pažymi „Iki“ komunikacijos vadovė Gintarė Kitovė.

**Nuo patarimų, kada labiausiai apsimoka apsipirkti, iki pamokų savitarnos kasose**

Pagrindinė kampanijos žinutė „Iki“ senjorai visada pirmi“ pasirinkta atsižvelgiant į tinklo išskirtinumą – jame garbaus amžiaus pirkėjams kasdien iki 11 val. suteikiama 10 proc. nuolaida pirkinių krepšeliui\*. Skirtingose kampanijos vaizdo reklamose jau pamėgtas Irenos personažas (aktorė Janina Matekonytė) dalijasi paprastais ir aiškiais patarimais, palengvinsiančiais apsipirkimą senjorams.

Pavyzdžiui, nuotaikingose reklamose Irena pataria 3 geriausias vietas, kur rasti akcijas, primena pirkinius planuoti pagal jas ir susidaryti prekių sąrašą. „Patikėkite – jausmas, kad sutaupysiu, veikia žymiai geriau nei ramunėlės ar valerijonai“, – jaukumą spinduliuojančiame epizode ramina ji.

Naująsias reklamas galite išvysti [čia](https://www.youtube.com/playlist?list=PLHVeghZ226o3Rk-h2aWI345H_SvAghob4&jct=SQqnPz5hFk8vNP5pcE7mJg).

Senjorams primenamos ir pagrindinės „Iki“ programėlės – „epso“ – naudos. Apie programėlės patogumą pirkėjams, pasak G. Kitovės, byloja ir tai, kad ji į išmaniuosius įrenginius jau parsisiųsta daugiau nei 1 mln. kartų. Dar kitoje reklamoje Irena su kitais pirkėjais rodo, kaip skenuoti prekes ir kaip susimokėti savitarnos kasose.

G. Kitovė sako, kad kuriant šias reklamas įkvėpimo semtasi iš aplinkos – ne vienoje jų pirkėjai atpažins savo tėvus, senelius, o gal patys save. Irena netgi transliuoja „live‘ą“ iš savo virtuvės, tačiau sugedus plakikliui išbėga į „Iki“, kad atsiimtų naują už sukauptus lojalumo taškus. Žiūrovams tikimasi taip ne tik sukelti šypseną, bet ir suteikti naudingos informacijos – reklamoje paaiškinama, kaip rinkti „Iki“ taškus ir kaip juos išmainyti į nuolaidas ar naudingas prekes.

„Reklamose pasirodo ir bene geriausiai atpažįstama mūsų „ambasadorė“ – mopsė Bulvė, išpopuliarėjusi Instagrame. Šįkart Irena su ja rodo triuką, kaip namuose pasisodinti Bulvių, o tuomet išduoda paslaptį, kaip neišleisti pusės pensijos jos maistui, mat su „Iki“ senjorų kortele galima gauti 20 proc. nuolaidą visoms gyvūnų prekėms. Toks žaismingas priėjimas, tikime, pirkėjams padės lengviau įsiminti papildomas galimybes sutaupyti“, – sako G. Kitovė.

Nauja kampanija vykdoma pasitelkus ne tik vaizdo reklamas, tačiau ir skaitmenines priemones, TV ekranus „Iki“ parduotuvėse.

Video reklamos autoriai – kūrybos agentūra „We unfold“. Komunikaciją „Iki“ įgyvendina kartu su agentūromis „Fabula Rud Pedersen Group“ ir „SOMA agency“.

\*Nuolaida netaikoma periodiniams leidiniams, tabako gaminiams, alkoholiniams gėrimams, loterijų bilietams, telefono sąskaitos papildymams, tarai, dovanų kortelėms, trečiųjų šalių paslaugoms (komunaliniai mokesčiai ir kita), akcijų, išpardavimo, CLEVER prekėms, pradinio ir specializuoto maitinimo pieno mišiniams ir kitoms prekėms, kurioms pagal teisės aktus nuolaidos negali būti taikomos.

# Daugiau informacijos:

Gintarė Kitovė  
„Iki“ komunikacijos vadovė  
Mob. tel. +370 653 59493  
El. p. [gintare.kitove@iki.lt](mailto:gintare.kitove@iki.lt)