Informacja prasowa Warszawa, 24 listopada 2016

**JYSK po raz czwarty będzie obchodził Black Friday**

**Już w najbliższy weekend klienci sieci sklepów JYSK będą mogli spodziewać się świetnych ofert z rabatem do 70%. Pomimo, że Black Friday na świecie obchodzone jest w piątek po Dniu Dziękczynienia, to JYSK postanowił przedłużyć go do końca weekendu. Wydarzeniu towarzyszy kampania reklamowa przygotowana przez dom mediowy Carat Polska.**

Czarny piątek (ang. Black Friday) – to pierwszy piątek po Dniu Dziękczynienia w Stanach Zjednoczonych, najczęściej określany początkiem sezonu zakupów przed Bożym Narodzeniem. W ten dzień wiele punktów sprzedaży czynnych jest w dodatkowych godzinach, niekiedy nawet całą dobę, oferując jednodniowe okazje i zniżki. Początkowo w Stanach Zjednoczonych, a w ostatnich latach i na całym świecie jest to często najbardziej dochodowy dzień dla sprzedawców.

JYSK przedłuża Black Friday na cały weekend, żeby ułatwić Klientom zakupy najbardziej wyczekiwanych ofert.

*Odkąd wprowadziliśmy Black Friday w 2013 roku, zainteresowanie Klientów wciąż rośnie. W zaledwie 4 lata nasz obrót z tego jednego dnia wzrósł sześciokrotnie, a Black Friday jest dzisiaj naszym najlepszym sprzedażowo dniem w roku. Również w tym roku spodziewamy się nowego rekordu, chociażby dlatego, że oferty są ważne przez cały weekend -* mówi Niels Veien, Executive Vice President of Sales, Marketing and E-Business w JYSK Nordic.

Dla JYSK, Black Friday jest globalnym wydarzeniem mającym miejsce w 19 krajach w Skandynawii, Europie Centralnej i Wschodniej oraz w Chinach, czyli wszędzie tam, gdzie JYSK ma sklepy.

JYSK zadbał o zatowarowanie sklepów w dodatkowe produkty na Black Friday, aby świetnych ofert wystarczyło dla wszystkich Klientów.

Kampania reklamowa Black Friday obejmuje działania w telewizji oraz w internecie. W listopadzie w ogólnopolskich i tematycznych stacjach telewizyjnych emitowane będą 30” spoty reklamowe. Kampania online obejmuje różne formaty display na portalach horyzontalnych oraz w mediach społecznościowych.

Za strategię, realizację, zaplanowanie i zakup mediów odpowiada dom mediowy Carat Polska (grupa Dentsu Aegis Network Polska).

**Fakty na temat Black Friday i Cyber Monday w JYSK:**

·         Tydzień z Black Friday to największy sprzedażowo tydzień roku w JYSK

·         Odkąd wprowadziliśmy Black Friday w roku 2013, obrót wzrósł sześciokrotnie

·         Oferty Black Friday będą ważne przez cały weekend (czwartek, piątek, sobota i niedziela). Dodatkowi pracownicy będą obsługiwać Klientów w te dni.

·         Oferty specjalne dla Klientów JYSK z rabatami do 70% w 18 różnych kategoriach

·         Po raz pierwszy na JYSK.pl po weekendzie Black Friday będziemy świętować Cyber Monday ofertą 30% rabatu na produkty dostępne tylko online

·         JYSK prowadzi kampanię Black Friday i Cyber Monday w 19 krajach w Skandynawii, Europie Centralnej i Wschodniej oraz Chinach, czyli wszędzie tam, gdzie JYSK ma sklepy.

-koniec-

***O Carat:***

Dom mediowy Carat rozpoczął działalność w Polsce w 1993 roku. Carat jest największym na świecie niezależnym specjalistą od komunikacji marketingowej i liderem w tworzeniu zintegrowanych rozwiązań komunikacyjnych w oparciu o media cyfrowe. Carat oferuje usługi w obszarze badań marketingowych, strategii komunikacji, planowania i zakupu mediów, przygotowywania rozwiązań technologicznych oraz kreatywnych w mediach cyfrowych, badania efektywności komunikacji, jak również analityki marketingowej. Klientami Carat Polska są takie firmy jak Mondelez, Zott, Philips, adidas, Reebok, Indesit, Mondelez, General Motors, Arla Foods, Mead Johnson Nutrition, Mattel, Perno Ricard czy Lego. Więcej informacji dostępnych jest na stronie: www.caratpoland.com.

**Kontakt dla mediów:**

Krzysztof Wąsowski

Senior PR Specialist

Dentsu Aegis Network Polska

Tel. (+48) 22 441 47 26

Mobile: +48 883 365 831