

Möln dal / 30 augusti 2013



KAPPAHL VÄLJER MEC SOM INTERNATIONELL MEDIEBYRÅ

Som ett led i arbetet med att stärka sin marknadsposition har KappAhl formulerat målet om att bli bäst på integrerade kampanjer. Senaste åtgärd i detta viktiga arbete har varit att upphandla en gemensam mediebyrå för modekedjans fem försäljningsmarknader.

– Ett av KappAhls absolut viktigaste konkurrensmedel framåt är att ha insikt i moderna medie- och konsumtionsbeteenden, säger vd- och koncernchef Johan Åberg. Idag fattas köpbeslut ofta innan kunden besöker butik och de digitala kanalerna spelar en större roll, både före och efter köp.

För drygt ett år sedan slog KappAhl fast att man ska skapa kundkommunikation som sticker ut och tydligt positionerar modekedjan mot övriga aktörer på marknaden. Detta för att stärka banden med sin kärnmålgrupp, kvinnan mitt i livet.

Under året som gått har man sjösat en lyckad kommunikationsstrategi, startat in-house-produktion, stärkt de strategiska kompetenserna samt sett över sina samarbetspartners.

För att hålla ihop de övergripande strategierna och samtidigt optimera kommunikationen lokalt har modekedjan genomfört en upphandling av ny mediebyrå.

– Vi kommer att börja arbeta med MEC. De hade den mest attraktiva modellen för att stödja oss i arbetet med att genomföra en mediestrategisk förnyelse, säger Johan Åberg. Samarbetsupplägget stödjer vårt nya snabbbrörliga arbetssätt och ger oss en god beredskap att skapa snabbbrörlig kommunikation, samtidigt i alla kanaler och på alla våra marknader.

Samarbetet med MEC inleds i september 2013.

För ytterligare information:

Johan Åberg, Vd och koncernchef. Tel 0706-09 99 73, johan.aberg@kappahl.com

Charlotte Högberg, Informationschef. Tel. 0704-71 56 31, charlotte.hogberg@kappahl.com

KappAhl grundades 1953 och är en ledande modekedja med närmare 400 butiker och 4 500 medarbetare i Sverige, Norge, Finland, Polen och Tjeckien. KappAhl säljer prisvärt mode för många människor – kvinnor, män och barn – och riktar sig särskilt till kvinnor 30-50 år med familj. Egna designers formger alla plagg. KappAhl blev som första modekedja i världen miljöcertifierad 1999. Under verksamhetsåret 2011/2012 var KappAhls omsättning 4,6 miljarder kronor. KappAhl är noterat på Nasdaq OMX Stockholm. Mer information finns på www.kappahl.com