**Jaka oferta ZM Kania na Euro i Olimpiadę?**

**Dominika Rąba z ZM Henryk Kania mówi, jak pszczyński producent przygotował się do dużych imprez sportowych, które odbędą się w letnich miesiącach tego roku.**

**Dominika Rąba, dyrektor ds. sprzedaży, członek zarządu ZM Henryk Kania**

Jako rynkowy lider sprzedaży kabanosów paczkowanych, Zakłady Mięsne Henryk Kania na czas Euro 2016 zaproponują klientom limitowaną serię kabanosów w gramaturze 120 g pod marką Maestro aż w siedmiu smakach. Wyróżniać będzie je m.in. zmienione opakowanie zachęcające do wspólnego kibicowania naszej reprezentacji piłkarskiej. Dodatkowo będziemy prowadzili cross-promocję ze znanym brandem napojowym na terenie wybranych hal sklepowych hipermarketów. Sprzedaż będziemy wspierać także innymi działaniami trade marketingowymi m.in. poprzez zastosowanie ciekawych i innowacyjnych standów i ekspozytorów, czy też akcje konsumenckie. Spodziewamy się, że zarówno Euro 2016, jak i igrzyska olimpijskie pozwolą na wzrosty sprzedaży naszych kluczowych produktów – idealnych jako meczowa przekąska kabanosów oraz całej oferty grillowej, która i tak świetnie rotuje od maja do września. Liczymy zatem, że najbliższe imprezy sportowe będą dla konsumentów pozytywnym bodźcem, dzięki któremu będą sięgali po nasze wyroby jeszcze częściej.

