

Breaking: Lidl herpositioneert merk in heel Europa

Lidl herpositioneert de formule in alle 31 Europese landen waar het bedrijf actief is. Zo lanceert Lidl in Nederland na 28 jaar een nieuwe slogan.

Lidl vernieuwt het merk door heel Europa. Dat doet de supermarktketen aan de hand van een internationale merkcampagne. Lidl wil door de nieuwe koers uitgroeien van 'grootste retailer naar meest geliefde merk van Europa', zo meldt de supermarktketen in een persbericht. In alle 31 Europese landen waar Lidl actief is lanceert de formule een 'vernieuwde visuele identiteit'. Die omschrijft het bedrijf als 'fris, herkenbaar en consistent in alle landen waar Lidl actief is'. Dit alles moet Lidl naar eigen zeggen tot 'dé discounter van Europa' maken.

Na 28 jaar nieuwe slogan Lidl in Nederland

In ons land lanceert de formule na 28 jaar een nieuwe slogan. Die luidt: 'Je verdient 't.' De slogan wordt onder meer gebruikt in een nieuwe tv-commercial en de folder (zie foto). 'Lidl wil inspireren, ondersteunen en er zijn als het er écht toe doet. De nieuwe slogan 'Je verdient 't' maakt dat zichtbaar. Lidl biedt niet alleen waar voor je geld, maar is er op alle kleine en grote momenten in je leven', zegt Stephanie Both, chief customer officer (cco) van Lidl Nederland over de slogan.

De supermarktketen wil niet alleen 'de vertrouwde discounter' zijn, maar ook 'de emotionele waarde' van Lidl benadrukken. 'In de nieuwe merkcampagne is dan ook duidelijk een verschuiving te zien van het centraal stellen van het product en prijs, naar de emotionele waarde die Lidl toevoegt. Van dagelijkse boodschappen tot bijzondere momenten, van duurzame keuzes tot maatschappelijke betrokkenheid', meldt de formule.

Lidl wil in Europa relatie versterken met klant

De campagne duurt in Nederland van 21 september tot en met 12 oktober. Televisie, radio, social media, out-of-home en digitale kanalen worden ingezet om het vernieuwde merkverhaal uit te dragen. Cco Stephanie Both: 'Klanten kiezen met hun hoofd, fans kiezen met hun hart. Wij willen een relatie versterken met onze klant in plaats van alleen de winkel te zijn waar je je boodschappen doet. Tegelijkertijd willen we meer betekenen voor onze collega's en onze partners. 'Je verdient 't' staat voor het erkennen van wat mensen belangrijk vinden: veiligheid, betrouwbaarheid en de mogelijkheid om je dromen te realiseren.'

Bron: distrifood.nl