

Limango debiutuje na polskim rynku

Limango – należący do Otto Group – jeden z wiodących klubów zakupowych dla kobiet i młodych rodzin w Europie, oferujący modną odzież, akcesoria oraz artykuły wyposażenia wnętrz, zadebiutował na polskim rynku e-commerce.

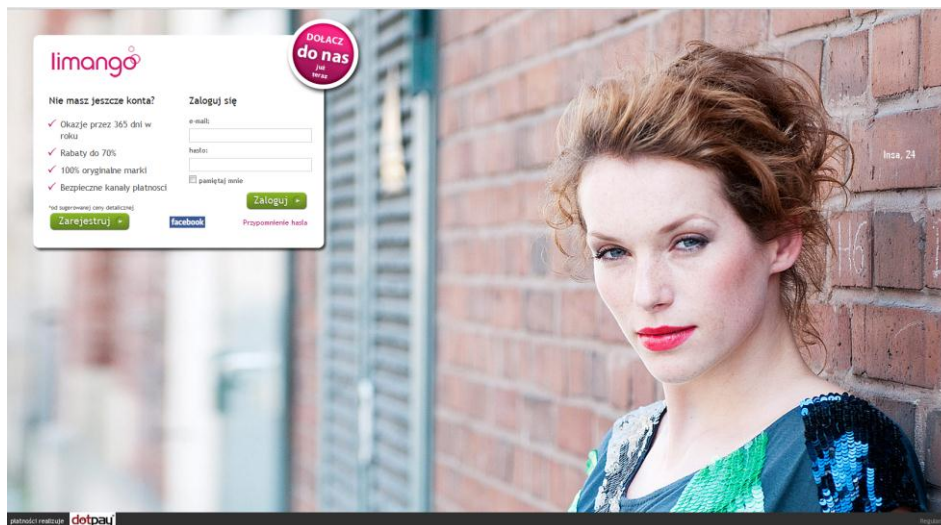
Po udanym uruchomieniu klubów w Niemczech i Turcji, w lipcu b.r. limango rozszerzyło swoją działalność na Polskę i Holandię. Na wszystkich czterech rynkach spółka należąca do Otto Group proponuje ten sam, odnoszący sukcesy, model: markowe produkty w znacznie obniżonych cenach dla zarejestrowanych użytkowników.

Zdobywając ponad 3 miliony klubowiczów limango ugruntowało swoją pozycję wśród producentów i przedstawicieli międzynarodowych marek. Optymistycznie przedstawiają się również perspektywy dla nowych oddziałów spółki: „(...) *Polska jest szczególnie atrakcyjnym rynkiem dla naszych partnerów oferujących markowe produkty w okazyjnych cenach.*” - zapewnia Sven van den Bergh. Po doświadczeniach w Turcji, współzałożyciel i prezes zarządu limango jest przekonany, że w ciągu najbliższych 12 - 18 miesięcy także w Polsce marka limango dołączy do czołowych klubów zakupowych.

W polskim zespole limango nastroje również są pozytywne: „*Przed nami spore wyzwanie, ale wiemy jakie są potrzeby naszych obecnych i przyszłych klientów - mówi Martin Solarski, Dyrektor Zarządzający limango Polska - Zdajemy sobie sprawę, jakich produktów poszukują i, przede wszystkim, jak bardzo cenią sobie wysoką jakość za rozsądną cenę. Korzystając z wieloletniego doświadczenia, zdobytego na rynkach niemieckim i tureckim, jesteśmy w stanie sprostać oczekiwaniom klubowiczów limango.*”

Ekspansja limango umożliwia jego obecnym partnerom - a jest ich już ponad 1.000 - wyprowadzenie nowych produktów na polski rynek. Równocześnie jednak klub planuje nawiązać współpracę z polskimi producentami, aby rozszerzać asortyment, i, co za tym idzie, rozbudowywać bazę użytkowników.

Wejście na polski rynek przyspieszy dalszy rozwój limango: tylko od 2010 do połowy 2011 roku liczba członków klubu wzrosła z 1,3 do 3,2 milionów, a liczba zamówień - z 700 tysięcy do 1,6 milionów.



limango został założony w 2007 roku w Monachium przez Johannes Dittericha, Martina Oppenriedera oraz Svena van den Bergha. Zatrudnia obecnie 170 pracowników w Niemczech i Turcji. Od stycznia 2009 roku Limango należy w 100% do grupy kapitałowej Otto Group.

Limango to prywatny klub zakupowy skierowany do kobiet i młodych rodzin oferujący markową odzież i obuwie, akcesoria oraz wysokiej jakości zabawki i dodatki do domu. Limango sprzedaje każdego dnia do 20.000 produktów znanych marek, nawet do 70 procent taniej i gwarantuje przy tym 100% oryginalność produktów, które pochodzą z reguły bezpośrednio od producenta. W ofercie znajdują się zarówno produkty sezonowe, jak i nowe kolekcje.

Rok 2011 to dla Limango kolejny rok rozwoju na terenie Europy. Klub zakupowy rośnie codziennie o 5.000 Użytkowników. Skupia 3,2 miliony Użytkowników z Niemiec i Turcji, a obecnie również z Holandii i z Polski.

www.limango.pl