

Pressmeddelande
Stockholm 2024-12-04

Elon Group ökade TV-försäljningen med 30 % under Black Week

För Elon Group har marknadsandelen för TV-kategorin ökat från ett par procent till tvåsiffrigt på två år och under årets Black Week-kampanj sålde kategorin 30 % mer än föregående år.

Årets Black Week-kampanj gav fina resultat för Elon, en av Sveriges ledande butikskedjor inom hemelektronik och vitvaror. För att få bästa möjliga utfall finjusterades taktiken inför årets viktiga säljperiod, vilket resulterat i positiva siffror med ökad trafik både till butik och webb samtidigt som omsättning och lönsamhet ökat i näst intill samtliga produktkategorier. För kategorin TV har det gått riktigt bra:

”Jämfört med Black Week 2023 ökade vår TV-försäljning med 30 %, en siffra vi är otroligt stolta över”, säger Onur Dogay, CPO på Elon Group. ”Elons totala marknadsandel på TV har de senaste åren vuxit från några få procent till tvåsiffrigt och årets Black Week-kampanj hjälper oss att fortsätta den här resan”.

”Samarbetet mellan våra team på Elon är nyckeln för att nå framgång i alla kampanjer, inte minst inför och under Black Week”, säger Christer Palmgren, CSO på Elon Group. ”Våra engagerade och kunniga butiksmedarbetare kan sin marknad och känner sin kund, något som är avgörande och verkligen gör skillnad”.

För mer information kontakta:

Onur Dogay, CPO Elon Group
Mail: onur.dogay@elongroup.se
Tel: +46 (0)76 629 26 18

Christer Palmgren, CSO Elon Group
Mail: christer.palmgren@elongroup.se
Tel: +46 (0)70 814 71 47

Camilla Waldmark, Kommunikationsansvarig Elon Group
Mail: camilla.waldmark@elongroup.se
Tel: +46 (0)70 570 11 94