



ELINDULT A LIDL MAGYARORSZÁG TIKTOK CSATORNÁJA

Budapest, 2024. május 30. – **Tovább bővül a Lidl Magyarország kommunikációs eszköztára és ezzel egyidejűleg közösségi médiajelenléte, így a mai naptól kezdve már a TikTokon is elérhető. Az elsősorban fiatalok körében népszerű platformon szórakoztató videókra és érdekes tartalmakra számíthatnak az oldal követői.**

A Lidl számára kiemelten fontos, hogy vásárlóit több platformon is elérje, így a social media felületeken, mint a Facebook, Instagram és YouTube már évek óta jelen van. A vállalat YouTube-csatornán jelent meg először 2011 szeptemberében, ahol az indulás óta már több mint 1000 videó került publikálásra és a feliratkozók száma meghaladja a 91 ezer főt. Az áruházlánc Facebook oldala a 2012 januári indulása óta már több mint 1,1 millió követővel a hazai piacon a legnépszerűbb oldalak egyikévé nőtte ki magát, míg a Lidl Instagram felülete 2016 novemberében debütált és jelenleg 187 ezer feletti követőszámmal rendelkezik.

A TikTok aktív felhasználói bázisa napról-napról nő, így ma már hasonlóan fontos pillére egy vállalkozás social media stratégiájának, akár csak a Meta tulajdonában lévő Facebook vagy Instagram. Természetesen a magyarországi Lidl sem maradhat ki, így a mai naptól kezdve már a [TikTok](#)on is elérhető az áruházlánc @lidlhu felhasználónéven.

„Nagyon örülünk, hogy a Lidl Magyarország közösségi média felületei töretlen népszerűségnek örvendenek, amit az idáig elért eredmények egyértelműen bizonyítanak. A felhasználók aktivitása Facebook, Instagram, illetve YouTube-csatornáinkon is kiemelkedő, legyen szó megtekintésekről, kommentekről, lájkokról vagy megosztásokról. A fiatalabb generációra is figyelve indítottuk el a TikTok oldalunkat és bízunk abban, hogy vásárlóink az új felület követésében is rengeteg örömet lelik majd, ahová számos újdonsággal, érdekességgel és meglepetéssel is készülünk” - közölte Tózsér Judit, a vállalat kommunikációs vezetője.

A Lidl a legújabb és egyben legaktuálisabb platformon kiemelt figyelmet fordít a fiatalabb vásárlóközönség, a Z-generáció megszólítására, de törekszik arra, hogy ezen a felületen is minden korosztály megtalálja a számára tetsző tartalmakat. Így a vállalattól már megszokott stílusú kommunikációtól eltérve olyan témák is feldolgozásra kerülnek a platformon, amelyekre a többi social media felületen eddig nem volt példa. A követők a TikTokra jellemző hangvételre és stílusra számíthatnak, egy kis Lidl-ös csavarral fűszerezve. Az áruházlánc TikTok csatornáján heti rendszerességgel várhatóak az új videók közzététele, jellemzően rövid, izgalmas, pörgős, szórakoztató tartalommal, mind vásárlói mind pedig munkavállalói oldalról egyaránt. Hétköznapi szituációk és vicces élethelyzetek felbukkanására is bőven lesz példa, akárcsak kihívásokra, edukatív tartalmakra, mindezek mellett TikTok trendekre reagáló tartalmak és Lidl kulisszatitkok is terítéken lesznek majd.



SAJTÓKÖZLEMÉNY

Lidl Magyarországról

Az 1930-as években, Németországban alapított Lidl hazánk egyik legdinamikusabban fejlődő élelmiszerláncja. A Lidl Magyarországon 2004-ben nyitotta meg első logisztikai központját és 12 üzletét, ma pedig már 206 áruházzal van jelen hazánkban, és több mint 9000 munkavállalót foglalkoztat. A vállalat 2004-es magyarországi piacra lépése óta töretlenül fejlődik: nem csak a diszkont szegmensben ért el vezető szerepet, de forgalmát tekintve az élelmiszer kiskereskedelmi láncok között is a legdinamikusabb növekedést tudhatja magáénak.

A vállalat emellett különös figyelmet fordít a magyar beszállítókra, a magyar gazdaság támogatásának és fejlesztésének jegyében, ennek köszönhetően termékeinek közel 60 százalékát magyar beszállítóktól szerzi be. A Lidl Magyarország 2023-ban ismét elnyerte a Top Employer Hungary minősítést.

További információk:

Lidl Magyarország

Tózsér Judit

Vállalati kommunikációs vezető

Tel: +36-20-776-0017

E-Mail: sajto@lidl.hu