



MediaMarkt to wiodąca marka elektroniki użytkowej w Europie, która od ponad 40 lat inspirowa technologią, tworząc doświadczenie zakupowe łączące świat online i offline. Od 27 lat obecna w Polsce, słynie z innowacyjnych ofert, eksperckiego serwisu i nowoczesnych rozwiązań, dzięki którym zdobyła serca i zaufanie milionów klientów w całym kraju.



Kontekst rynkowy

Rynek elektroniki użytkowej w Polsce jest dynamiczny i silnie konkurencyjny – MediaMarkt mierzy się tu z takimi markami jak RTV Euro AGD czy Media Expert. Dzięki szerokiej ofercie i innowacyjnym usługom firma utrzymuje swoją pozycję, nieustannie odpowiadając na zmieniające się potrzeby konsumentów. Korzysta przy tym ze wsparcia globalnej grupy MediaMarktSaturn, obecnej w 11 krajach Europy, a po niedawno zapowiedzianej inwestycji JD.com jej perspektywy rozwoju w Polsce są jeszcze szersze.

Oferta

MediaMarkt Polska oferuje szeroki wybór sprzętu elektronicznego i usług zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i w sklepie internetowym. Marka stawia na rozwój – wdraża nowoczesne rozwiązania, takie jak na przykład ekspresowa dostawa już następnego dnia, ekspresowa dostawa w 90 minut z Uber Direct, aplikacja mobilna czy możliwość testowania produktów w sklepie. Klienci mogą skorzystać z profesjonalnego doradztwa, usług oraz atrakcyjnego programu lojalnościowego myMediaMarkt.

Osiągnięcia

MediaMarkt Polska wielokrotnie zdobywała prestiżowe nagrody branżowe i konsumenckie, m.in. tytuły Superbrands, Laur Konsumenta czy Gwiazda Jakości Obsługi, a także TechAward od Komputer Świat w kategorii Innowacja (Dostawa w 90 minut z Uber). Marka angażuje się również społecznie – wspiera edukację cyfrową, promuje odpowiedzialny recykling sprzętu elektronicznego, a także współpracuje z fundacjami i domami dziecka na rzecz lokalnych społeczności. Rozwój działań proekologicznych i wdrażanie zrównoważonych rozwiązań to istotny element strategii firmy.



Promocja

MediaMarkt Polska znana jest z niestandardowych akcji promocyjnych i kampanii kreatywnych, takich jak „Nie dla idiotów” czy „Radość z technologii”. Marka wykorzystuje szerokie spektrum kanałów komunikacji – od telewizji i internetu, przez social media, po influencer marketing. W ostatnich latach szczególnie nacisk został położony na digitalizację komunikacji oraz personalizację ofert dla klientów.



Ostatnie wydarzenia

W ostatnich latach MediaMarkt Polska intensywnie rozwijała kanał e-commerce, wdrażając nowe rozwiązania logistyczne i otwierając kolejne sklepy stacjonarne w nowoczesnym formacie. Marka zapowiada dalszą ekspansję, rozwój usług omnichannel oraz wdrażanie proekologicznych rozwiązań w sklepach i ofercie online, m.in. Marketplace i RetailMedia.

mediamarkt.pl



TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

MediaMarkt to pierwsza sieć w Polsce, która uruchomiła strefy testowania najnowszych technologii w sklepach. Od lipca 2025 w sklepach MediaMarkt i online dostępne są produkty audio marki własnej PEAQ zaprojektowane przez Robbiego Williamsa.

19 minut

– tyle trwała najszybsza dostawa MediaMarkt Polska z Uber Direct. Średni czas to 49 minut.



HISTORIA MARKI

1998 MediaMarkt debiutuje na polskim rynku, otwierając pierwszy sklep w Czeladzi na Śląsku.

2002 Marka wprowadza innowacyjne rozwiązania zakupowe, takie jak samoobsługa i szeroki asortyment. Otwiera kolejne sklepy w Polsce.

2010 MediaMarkt wprowadza marki własne: PEAQ, ISY, KOENIC i ok.

2019 Startuje program lojalnościowy myMediaMarkt, oferujący klientom indywidualne oferty i dodatkowe korzyści.

2018 MediaMarkt przechodzi rebranding (znika Saturn) i wdraża nowe standardy obsługi i komunikacji.

2022 MediaMarkt tworzy nową kategorię Experience Electronics – Doświadczenie Technologii wraz z platformą Let'sGo, która ma pomóc w dotarciu do młodszych pokoleń.

2024 Jako pierwsza sieć w branży MediaMarkt uruchamia własną aplikację mobilną oraz nową platformę e-commerce, a także otwiera sześć sklepów w innowacyjnym formacie xpress, odpowiadając na zmieniające się potrzeby klientów i trendy zakupowe.

Marka zdobywa kolejne wyróżnienia, w tym tytuł Superbrands.

2025 Powstaje Marketplace MediaMarkt – marka zyskuje większą elastyczność biznesową i możliwość testowania nowych kategorii produktowych bez konieczności własnych inwestycji magazynowych. Firma stawia na RetailMedia – narzędzie do budowania atrakcyjniejszej i bardziej spersonalizowanej oferty. Platforma umożliwia precyzyjne targetowanie reklam na podstawie danych zakupowych, co przekłada się na wyższą skuteczność kampanii oraz lepsze doświadczenie klienta.