

JCPENNEY DESTACA EL VALOR DEL CLIENTE CON EL LANZAMIENTO DE “DONDE TUS PENNEY’S VALEN”

“Días Penney” incita a los clientes a comprar productos de marca propia por un centavo.

PLANO, Texas – (25 de febrero de 2016) – JCPenney (NYSE: JCP) anuncia el lanzamiento de su nueva campaña con la propuesta de valor, “Donde Tus Penney’s valen™.” La idea apoya la misión de la empresa de garantizar que cada visita a nuestras tiendas y a jcp.com haga que el tiempo, dinero y esfuerzo de los clientes valgan la pena. El compromiso de marca se revelará mediante una campaña de publicidad para la primavera, que incluirá la presentación de “Días Penney,” una promoción única que pone a su disposición una selección de artículos de las marcas propias de la empresa por solo un centavo. Las ventajas detrás de “Donde Tus Penney’s valen” se adaptarán para crear un modelo de servicio al cliente mejorado para los asociados, a la vez que tendrán influencia en la experiencia de compra en las tiendas, en línea y en dispositivos móviles.

“Deseamos ser la meca de las compras para la mamá americana moderna, lo que significa que tenemos que redimensionar la idea de valor. Sabemos que nuestros clientes tienen vidas muy ajetreadas y queremos que cada visita e interacción con JCPenney haga que su tiempo, su dinero bien ganado y su esfuerzo valgan la pena,” afirmó Mary Beth West, Presidenta Ejecutiva de Mercadotecnia y de Servicio al cliente de JCPenney. “El lanzamiento de este nuevo compromiso de marca destaca nuestro enfoque estratégico en desarrollar las marcas propias y aumentar los ingresos por cliente para obtener lealtad sustentable. Si JCPenney puede ayudarle a descubrir lo que le encanta con más facilidad, de forma más innovadora y consistente que ninguna otra tienda, sabemos que volverá por más.”

JCPenney presentará su mensaje de valor mediante una fuerte campaña de publicidad que empezará con un anuncio de 30 segundos que se transmitirá en televisión abierta y por cable a partir del 28 de febrero. Para abarcar el público hispano, una versión en español con el eslogan “*Donde Tus Penney’s Valen*” se transmitirá en canales hispanos populares. Un logotipo complementario, diseñado con un asa para parecerse a una bolsa de compras, se colocará a un lado del logotipo de JCPenney en los medios de difusión, anuncios impresos y publicidad digital.

Como parte de la nueva campaña, la publicidad de la empresa presentará artículos que se consideran “cambiadores de percepción.” Los estudios mostraron que muchos consumidores menospreciaban la selección de marcas de calidad y mercancía disponibles en JCPenney como Levi’s®, Nike® y KitchenAid®, al igual que el estilo y el valor que ofrecían las marcas propias, incluidas Worthington®, Liz Claiborne® y Stafford®. Estos cambiadores de percepción se resaltarán en los anuncios de revistas nacionales que muestran las colecciones de moda para los clientes y sus hogares que ofrece la compañía esta primavera.

El poder de un centavo

Para mostrar a los compradores la calidad y estilo asociados con sus marcas propias, JCPenney ofrecerá su primer evento Días Penney de una semana a partir del 28 de febrero en tiendas y en

jcp.com. Los clientes tendrán la oportunidad de comprar una pieza de ropa o un accesorio de la marca Arizona a precio regular y comprar otra pieza de ropa o accesorio de Arizona por solo un centavo. Los Días Penney por venir demostrarán el poder de compra de un centavo ofreciendo artículos de tienda únicos por un centavo sin requerir una compra adicional, mientras haya existencias.

JCPenney llevará a cabo Días Penney a lo largo del año para fomentar el entusiasmo de los clientes y presentar la amplia variedad de marcas privadas de la empresa que ofrecen la combinación perfecta de estilo, calidad y valor. La empresa promocionará los Días Penney mediante sus circulares de ventas semanales, publicidad digital y anuncios televisivos de 15 segundos. JCPenney lanzará también una campaña en los medios sociales para recordar a los usuarios el poder de un centavo. Todos los elementos de la campaña se apoyarán con el hashtag #SoWorthIt.

Relaciones públicas:

(972) 431-3400 o jcpnews@jcp.com; Síguenos en [@jcpnews](https://twitter.com/jcpnews)

Relaciones con inversionistas:

(972) 431-5500 o jcpinvestorrelations@jcpenny.com

Acerca de JCPenney:

J. C. Penney Company, Inc. (NYSE:JCP), uno de los más grandes minoristas de ropa y enseres del hogar del país, se encuentra en una misión para garantizar que todas las experiencias de compra hagan que el tiempo, dinero y esfuerzo de sus clientes valgan la pena. Ya sea al comprar en jcp.com o al visitar una de las más de 1000 tiendas a lo largo de los Estados Unidos y Puerto Rico, los clientes encontrarán una amplia variedad de productos de una cartera destacada de marcas propias, exclusivas y nacionales. En apoyo a esta propuesta de valor tenemos el espíritu guerrero de más de 100,000 asociados de JCPenney alrededor del mundo, que se concentran en las tres prioridades estratégicas de la empresa: fortalecer las marcas propias, convertirnos en un minorista omnicanal de primera categoría e incrementar los ingresos por cliente. Si desea mayor información, visite jcp.com.

###