

Sieć Polomarket zapowiada uruchomienie sklepu internetowego i aplikacji mobilnej [TYLKO U NAS]

data aktualizacji: 2019.03.13



Marcin Sowa, prezes Grupy Polomarket zapowiedział, że zarządzana przez niego grupa może w perspektywie kolejnych kilku miesięcy uruchomić sklep internetowy z ofertą spożywczą i przemysłową. Operator sieci supermarketów przygotowuje się do odpalenia aplikacji mobilnej dla swoich klientów, rozwija program lojalnościowy i inwestuje w bazy danych. Planowane inwestycje w mogą wprowadzić firmę do grona liderów transformacji cyfrowej działających na polskim rynku handlowym.

Marcin Sowa, prezes Grupy Polomarket powiedział w wywiadzie dla portalu wiadomoscihandlowe.pl, że firma „bardzo mocno analizuje ten obszar działalności i planuje wejście w sprzedaż internetową żywności i produktów przemysłowych”.

- Jest wiele kwestii, które musimy jeszcze wewnętrznie sparametryzować i uzgodnić z potencjalnym partnerem, co nie jest łatwe. Oczywiście chcielibyśmy uruchomić projekt jak najszybciej. Mamy nadzieję, że wszystko uda się zamknąć w perspektywie kilku miesięcy i ruszyć z pilotem – mówi Marcin Sowa.

Szef Polomarketu podkreślił, że projekt nie będzie realizowany przez firmę samodzielnie, ale we

współpracy z partnerem zewnętrznym. - W przypadku naszego projektu e-commerce, kluczowy jest doświadczony w branży, stabilny i mocny finansowo partner, z którym moglibyśmy współpracować - wskazuje Marcin Sowa.

I dodaje: - Oczywistym jest, że nie jesteśmy w stanie samodzielnie zbudować logistyki pod e-commerce, np. dedykowanego magazynu, z którego byłyby realizowane zamówienia. Koszty wejścia w taki model są gigantyczne. Musimy stworzyć koncept, który pozwoli nam na ominięcie wspomnianych kosztów i będzie bazował jednocześnie na wiedzy i doświadczeniach firm, które realizowały już podobne przedsięwzięcia w handlu żywnością.

Prezes sieci nie chciał jednak zdradzić z kim Polomarket będzie współpracował przy realizacji projektu e-sklepu.

Marcin Sowa nie ma wątpliwości, że sklep internetowy Polomarketu przy odpowiednim sprofilowaniu oferty ma szansę odnieść sukces nie tylko w największych aglomeracjach, ale także mniejszych miastach i terenach wiejskich.

- 35 proc. sprzedaży produktów online, wszystkich kategorii, realizowana jest do małych miejscowości. Dzisiaj mieszkańcy małych miasteczek i wsi, to zupełnie inna kategoria klientów, bardzo świadomi, obcy z internetem, poszukujący nowości. A przede wszystkim, to grupa która ma pieniądze i może sobie pozwolić na więcej niż tylko podstawowe zakupy. To sprawia, że właściwie skonstruowana sprzedaż internetowa może odnieść sukces na terenach gdzie działają nasze sklepy, które mogłyby stanowić bazę do rozwoju naszego projektu e-commerce - tłumaczy prezes Polomarketu.

Sprzedaż internetowa, to nie jedyny projekt z obszaru nowych, cyfrowych technologii, który polski operator planuje uruchomić w najbliższym czasie. - Równolegle bardzo mocno pracujemy nad stworzeniem dedykowanych aplikacji zakupowych - zapowiada Marcin Sowa.

Aplikacja może ruszyć już w II kw. 2019 r. - Obecnie finalizujemy już prace. Będziemy chcieli powiązać ją z naszą kartą lojalnościową, Polokartą. Jesteśmy do tego dobrze przygotowani informatycznie. Mamy naprawdę świetnych ekspertów i odpowiednio mocny sprzęt.

Jak zapewnia szef Polomarketu, prowadzona przez niego sieć mocno inwestuje także w marketing internetowy i wykorzystuje media społecznościowe, do lepszego kontaktu z swoimi klientami. - Z działającej już 3 lata naszej karty lojalnościowej czerpiemy wielką wiedzę o zwyczajach zakupowych naszych klientów. Dzięki Polokarcie mamy dostęp do ogromnej ilości danych o zakupach naszych klientów, a nasza nowoczesna i wydajna hurtownia danych pozwala nam pracować nad personalizacją oferty, poprawą sprzedaży i rentowności - wyjaśnia Marcin Sowa.

- Widzimy jak ogromną wartością w dzisiejszych czasach jest nasza baza danych. Muszę dodać, że dane pozyskiwane dzięki Polokarcie, to informacje bazujące na numerze telefonu klienta. To wystarczy jednak, aby wiedzieć dużo o naszym kliencie, a jednocześnie utrzymać jego anonimowość i bezpieczeństwo - podkreśla.

I dodaje: - Bardzo dużo wiedzy na temat naszych klientów i ich doświadczenia z naszą siecią, ofertą produktową czy jakością obsługi czerpiemy dzięki wdrożonej już kilka lat temu platformie do badania Customer Experience. Ta platforma to Opinello. To zewnętrzne narzędzie zostało w naszej organizacji rozbudowane o wewnętrzny moduł do zarządzania zgłoszeniami i opiniami naszych klientów. Każdego miesiąca kilka tysięcy kupujących u nas autoryzując się paragonem odpowiada na kilka - kilkanaście pytań w kluczowych obszarach funkcjonowania naszych sklepów. Każde zgłoszenie jest przypisywane do konkretnej osoby - eksperta w firmie, odpowiedzialnego za dany

obszar. System wymusza reakcję na dane zgłoszenie w określonym czasie. Dzięki temu żadna informacja - żaden głos naszego Klienta nie jest lekceważony. Sieć naprawdę zmienia się zgodnie z oczekiwaniami naszych Klientów. Nasz CX mierzony jest wskaźnikiem NPS i po kilku latach pracy nad CX widzimy już korelację wzrostu sprzedaży z NPS. Dlatego cały obszar CX znalazł się w naszej strategii jako istotny jej element - podsumowuje prezes sieci Polomarket.

KLIKNIJ I PRZECZYTAJ TAKŻE:

- [Polomarket wydał już 1,2 mln kart lojalnościowych Polokarta. Sieć pracuje nad zwiększeniem koszyka zakupowego i personalizacją](#)

Sieć Polomarket to blisko 280 nowoczesnych placówek handlowych działających na terenie całej Polski. Miesięcznie sklepy sieci odwiedza nas prawie 9 mln klientów w całym kraju. Firma zatrudnia 6300 pracowników.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/siec-polomarket-zapowiada-uruchomienie-sklepu-inte,53146>