

Empik.com ma już 21 lat. Firma zadowolona ze swojej strategii omnichannel

data aktualizacji: 2019.10.17



Portal został uruchomiony jako jeden z pierwszych sklepów internetowych w Polsce. Obecnie na stronie rejestrowanych jest ponad 10,34 mln wizyt miesięcznie, a 4,4 miliona użytkowników korzysta z programu Mój Empik. Dobrze radzi sobie także platforma marketplace, a także rozwiązania wpisujące się w strategię omnichannel.

Według danych Gemius za wrzesień 2019, empik.com jest trzecim najpopularniejszym polskim sklepem internetowym. W badanym okresie Empik.com odnotował niemal 66,9 milionów odsłon oraz prawie dwudziestoprocentowy wzrost liczby użytkowników względem analogicznego okresu roku ubiegłego (19,73 proc.). Rośnie również sprzedaż. W 2017 roku było to 18 proc. względem roku 2016, w 2018 16 proc. względem roku 2017.

Sieć przekonuje, że już niebawem przed sklepem kolejny szczyt sprzedaży – Black Friday. W ubiegłym roku, w Czarny Piątek poprzez empik.com zrealizowano 128 347 zamówień. Także w ciągu całego listopada 2018 witryna empik.com znalazła się TOP3 e-commerce w Polsce, odnotowując 130 692 525 odsłon wykonanych łącznie przez 5 816 699 użytkowników. W tym roku firma spodziewa się podobnych wyników.

Jesienią 2019 roku mijają też dwa lata od uruchomienia usługi ekspresowej realizacji i odbioru zamówień. Ta usługa daje klientom możliwość zdalnego sprawdzenia w wybranym salonie Empiku dostępności towaru - w aplikacji mobilnej lub poprzez stronę empik.com - zarezerwowania go i odebrania w sklepie w ciągu 2 godzin. To forma realizacji zakupów zyskuje coraz większą popularność wśród klientów i rośnie w tempie 38 proc. rok do roku i jest elementem strategii omnichannel Empiku. Jak podkreśla sieć, wraz z programami Mój Empik i Empik Premium jest dobrym przykładem spajania światów online i offline.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/empik-com-ma-juz-21-lat-firma-zadowolona-ze-swojej,57779>