

Jornada sobre transformación digital organizada por APD***"La consolidación de EROSKI Club nos permite pensar en nuevas ventajas para nuestros Socios Cliente", Imanol Torres, director de Proyectos EROSKI Club***

- **La propuesta de valor, la privacidad y la personalización son algunos de los principios fundamentales en la relación de EROSKI con sus Socios Cliente**
- **La apuesta por la multicanalidad impulsa las ventas online en los puntos de recogida *Click & Drive* y *Click & Collect* un 60% en el último año**
- **EROSKI ha sido recientemente reconocida como el mejor supermercado online de España en una votación de los consumidores**

Bilbao, 4 de octubre de 2017.- [EROSKI](#) ha participado hoy en Bilbao en la jornada "[The New Normal. Historias detrás de la estrategia digital](#)" organizada por la [Asociación para el Progreso de la Dirección](#) (APD) para dar a conocer las experiencias de empresas que están protagonizando la transformación digital para adaptarse a una nueva realidad más global, interconectada y multicanal.

El director de Proyectos EROSKI Club, Imanol Torres, ha explicado los avances en la estrategia de transformación digital que la cooperativa está desarrollando para mejorar su competitividad y ofrecer al consumidor una propuesta ajustada a sus expectativas, también a través de soluciones innovadoras.

Tras confirmar que la transformación digital es ya un eje estratégico para EROSKI porque el consumidor ya ha hecho su propio "viaje digital" a título individual, ha explicado que en EROSKI *"estamos construyendo nuevas ventajas competitivas sostenibles en el tiempo a partir de la plataforma EROSKI Club, cuya consolidación nos permite pensar en nuevas ventajas para nuestros Socios Cliente. La tecnología nos permite hoy relacionarnos de una manera diferente, gestionando la experiencia del cliente de manera integral, no fraccionada, con una visión que entienda su proceso de compra en una realidad que cruza todos los canales"*.

El director de Proyectos EROSKI Club ha detallado algunos de los proyectos que EROSKI ya ha acometido durante los últimos meses como el re-diseño de la experiencia de cliente durante su proceso de compra en el supermercado online. Mejoras que recientemente se han visto reconocidas con el galardón ['WebShop del año' en la categoría de supermercados online](#) y que es otorgado por votación de los propios usuarios en el mayor certamen de consumidores de España. También ha

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
XURDANA FERNÁNDEZ

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA**CONSEJEROS DEL NORTE**

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

destacado durante su intervención la excelente acogida por los clientes de las nuevas alternativas más cómodas y baratas para la entrega de sus pedidos online. Algo que EROSKI lleva ya varios años ofreciendo a través de sus servicios *Click & Drive* para recogida sin salir del coche y *Click & Collect* para recogerlo en tienda, que muestran una evolución exponencial con un incremento de las ventas online en estos puntos de recogida del 60% en el último año.

Imanol Torres ha afirmado que en EROSKI se preocupan siempre por la mejora en la propuesta de valor, la privacidad y la personalización como principios fundamentales en la relación con sus Socios Cliente. Y ha puesto el ejemplo de su aplicación para móviles, renovada para que el usuario pueda personalizarla e identificarse en tienda a través de su móvil y cuya utilización se está extendiendo de manera natural a un ritmo de crecimiento del 7% mensual.

Nuevas ventajas para los Socios Cliente

El director de Proyectos EROSKI Club también ha recordado cómo hace cuatro años, cuando diseñaron la nueva estrategia de relación con los Socios Cliente de la cooperativa que arrancó con el lanzamiento de EROSKI Club, iniciaron también un camino de transformación digital que hoy *"nos permite conocer mucho mejor quienes son nuestros clientes y relacionarnos con ellos de una manera más satisfactoria para ambas partes"*. Y ha recordado que esto no ha hecho más que empezar, *"las nuevas tecnologías están transformando aspectos de la cadena de valor de la distribución, y la construcción de nuevas ventajas competitivas constituye un reto para las empresas que en muchas ocasiones está más allá de sus límites lo que hace necesario combinar el conocimiento interno con el externo"*. En este punto ha recordado que EROSKI tiene en marcha un plan de transferencia de talento Universidad-Empresa, y cuenta con un acuerdo firmado con la Facultad de Ingeniería de la Universidad de Deusto para promover la transferencia de conocimiento, la capacitación y desarrollo de competencias en los profesionales de la cooperativa y la generación de nuevas soluciones para el cliente que necesitan del procesamiento de grandes volúmenes de datos.

Además, dentro del mismo plan Universidad-Empresa, EROSKI y MONDRAGON UNIBERTSITATEA (MU) mantienen un convenio de colaboración para la incorporación de nuevos profesionales y la transferencia de talento entre ambas organizaciones a través de programas de formación continua, innovación metodológica en gestión empresarial, transferencia de conocimiento técnico y creación de un nuevo ecosistema para nuevos proyectos de intraemprendimiento en EROSKI.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
XURDANA FERNÁNDEZ

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)