

EROSKI avanza en su propuesta multicanal**EROSKI AUMENTA UN 12% LAS VENTAS ONLINE Y PRESENTA SUS NUEVAS APLICACIONES PARA MÓVIL**

- **Una nueva aplicación para móviles y tabletas de EROSKI permite realizar la compra semanal en sólo 15 minutos, pudiendo escanear directamente los códigos de barras de los productos**
- **EROSKI lanza una segunda aplicación dirigida a sus más de 2,7 millones de Socios Cliente para ahorrar en las compras diarias a través de vales descuento y ofertas personalizadas**

Elorrio, 16 de febrero de 2016.- Las ventas *online* de [EROSKI](#) en 2015 han crecido más del 12% impulsadas por su renovada propuesta multicanal. A las recientes aperturas, a finales del pasado año, de distintos puntos de recogida de los pedidos online en Bizkaia y A Coruña, se suma ahora una nueva aplicación para móviles y tabletas que permite realizar online una compra semanal en sólo 15 minutos, según ha sido comprobado por los primeros usuarios que han probado la aplicación. El lanzamiento de la nueva *app* "EROSKI Super" servirá para impulsar las ventas a través de internet del supermercado online EROSKI, que supera los 6 millones de visitas anuales. Durante su primer año, la estimación es que las ventas a través de la nueva aplicación para móviles y tabletas superen el 10% de sus ventas online.

"Con la nueva app EROSKI Súper el cliente puede realizar la compra cómodamente en cualquier momento y lugar desde su móvil o tableta sin necesidad de abandonar la aplicación para realizar el pago. Se trata de una nueva aplicación rápida, muy visual y de uso intuitivo, que va a permitir a los consumidores optimizar tiempo y dinero, gracias a las ofertas personalizadas disponibles", señala la directora de comercio electrónico de EROSKI, Mari Mar Escrig.

La aplicación está ya disponible para los sistemas operativos [Android](#) y [iOS](#) en las versiones en castellano, euskera, catalán, gallego, inglés y alemán. Su descarga es gratuita y permite la sincronización de datos entre ordenador, móvil y tableta. Los pedidos, que pueden realizarse hasta con tres semanas de antelación, son preparados en el momento de la entrega para garantizar la máxima frescura de los alimentos.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

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

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)

“El 75% de nuestros clientes online compra alimentos frescos a través de internet. Valorán especialmente el trato del servicio de atención al cliente y la entrega, por el cumplimiento horario”, concluye Mari Mar Escrig.

La nueva app de compra online de EROSKI permite una compra habitual más rápida a través de “Mis favoritos”, apartado en el que el cliente encuentra reunidos todos los productos que ha comprado durante los últimos 3 meses en EROSKI, tanto en cualquiera de las tiendas físicas como en el propio supermercado online.

La nueva app permite realizar la compra también a través del escaneo del código de barras de los productos, pudiendo añadirlos directamente a la lista de compra cuando, por ejemplo, te das cuenta que el producto se ha terminado. La nueva app permite realizar incluso cambios en pedidos en trámite como añadir algún producto o cambiar el día o la hora de entrega del pedido.

Nueva APP dirigida a los Socios Cliente

Además de la nueva app para la compra online, EROSKI estrena también de forma simultánea EROSKI app, una aplicación conectada con la app del supermercado online y que abre un nuevo canal de comunicación permanente con su comunidad de Socios Cliente. Entre otras funciones, permite consultar las ofertas de su tienda habitual, realizar listas de la compra o localizar las tiendas EROSKI más cercanas al lugar donde se encuentra el usuario.

“Esta es una aplicación especialmente útil para los más de 2,7 millones de socios de EROSKI Club ya que les permite cuando y donde deseen activar vales descuento digitales personalizados, consultar ofertas, el saldo de su tarjeta monedero o sus puntos Travel. De esta forma impulsamos el protagonismo de nuestros Socios Cliente, actualizando nuestros canales de comunicación como cooperativa de consumo”, indica la directora de comercio electrónico de EROSKI.

EROSKI Club es un elemento troncal del modelo comercial “contigo” que impulsa la cooperativa como motor de transformación de su actividad comercial, tal como está definido en su Plan Estratégico. La participación de los Socios-Cliente a través de diferentes canales es un elemento fundamental en la estrategia de escucha activa al cliente puesta en marcha por la cooperativa para la mejora continua de las tiendas y la adecuación de su propuesta comercial a las expectativas de su cliente y al propio entorno competitivo.

EROSKI

Dirección de Comunicación Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PRENSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

[Sala de prensa online](#)