

Avance en multicanalidad en la relación con el cliente**LAS NUEVAS APP DE EROSKI SUPERAN LAS 100.000 DESCARGAS EN TAN SOLO UN MES**

- **La aplicación de compra online supera las 40.000 descargas**
- **El 14% de los pedidos del supermercado online realizados a través de la nueva aplicación son nuevos clientes**
- **La aplicación de EROSKI Club, para una relación más personalizada con el Socio Cliente cliente, supera las 60.000 descargas**

Elorrio, 18 de marzo de 2016.- A mediados de febrero [EROSKI](#) lanzó dos aplicaciones gratuitas para móviles y tabletas que han recibido una respuesta de los usuarios muy positiva y en tan solo un mes de vida han alcanzado las 100.000 descargas. Nuevos servicios que refuerzan la apuesta de EROSKI por la multicanalidad y la innovación para dar respuesta al consumidor de hoy.

La aplicación *EROSKI Super*, que permite realizar una compra semanal online en solo 15 minutos, ha superado las 40.000 descargas. Disponible para los sistemas operativos [iOS](#) y [Android](#) 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. El cliente puede realizar la compra cómodamente en cualquier momento y lugar desde su dispositivo móvil. Asimismo, esta nueva app 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 tres meses en EROSKI, tanto en cualquiera de las tiendas físicas como en el propio supermercado online.

La recién estrenada aplicación de compra online de EROSKI 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, el producto se ha terminado. Incorpora igualmente ofertas personalizadas. Además, permite realizar incluso cambios en pedidos en trámite como añadir algún producto o cambiar el día o la hora de entrega del pedido. Se trata de una aplicación rápida, muy visual y de usos intuitivo.

"La respuesta de los usuarios y usuarias ha superado las expectativas, y apoya el crecimiento del supermercado online EROSKI, que supera ya los 6 millones de visitas anuales. Estimamos que, este primer año, el 10% de las ventas online se realizarán a través de esta nueva aplicación para móviles. El balance del primer

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](#)

mes, en el que el 14% de los nuevos pedidos del supermercado online realizados por la APP son nuevos clientes, confirma el impulso que la app dará a las ventas por internet, que en 2015 ya han crecido más del 12% impulsadas por la renovada propuesta multicanal de EROSKI”, afirma la directora de Comercio Electrónico en EROSKI, Mari Mar Escrig.

EROSKI app, un canal de comunicación con los Socios Cliente

EROSKI ha estrenado simultáneamente una segunda aplicación, *EROSKI app*, dirigida a los más de 2,7 millones de Socios Cliente de EROSKI Club. En tan solo un mes *EROSKI app* ha superado las 60,000 descargas

Se trata de 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.

“La respuesta de los Socios Cliente de EROSKI Club ha sido excepcional. Con esta aplicación queremos impulsar el protagonismo de nuestros Socios Cliente, actualizando los canales de comunicación. Esta aplicación les permite de manera sencilla y cómoda activar, cuando y donde deseen, vales descuento digitales personalizados, consultar ofertas, el saldo de su tarjeta monedero o sus puntos Travel, por tanto, una gestión eficiente, ágil y sencilla”, recuerda 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](#)