

kontsumitzai- leak



Bazkide Bezeroekin loturak sendotzen

EROSKI kontsumitzaileak erakundearen erdigunean kokatzen ditugu; kontsumitzaileekiko gero eta harreman pertsonalatuagoa sustatzen dugu aurrezpena eta kontsumo ohitura osasungarriak eta iraunkorrak bultzatzeko asmoz. Ildo horretan, EROSKI Club estrategia honen oinarritzko zatia da eta dagoeneko 6 milioi bazkide ditu. EROSKI Club fidelitasun-programan berriztatzen jarraitzen dugu. EROSKI Club, halaber, kanal-aniztasunean aurrera egiteko oinarria da. Denda fisikoak gaur egun gure bezeroek eskatzen dituzten aukera anitzekin bizi behar du. Horrela, gure salmenta-kanalak eta online komunikazioa etengabe hobetzen ditugu, EROSKIren web orriaren eta aplikazioaren bidez. Tresna honekin, bezeroen ohiko dendan dauden eskaintzak kontsulta

daitezke, deskontu-kupoiak aktiba daitezke edo erosketarako zerrenda egin daiteke, beste aukera batzuen artean.

2017an gure bazkide bezeroentzako aurrezpen aukera berriak ere garatu ditugu. Zuzeneko aurrezpena sustatzeko zuzenduta dauden bi txartel berri atera ditugu: Eroski Club MasterCard, dagoeneko 200.000 pertsonak dutena, eta ORO Txartela, egindako erosketa guztietan % 4a aurrezteko programa, modu finko eta unibertsalean. Ekimen hauetaz gain, urte honetan zehar 260 milioi aurrezpen transferitu dizkiegu gure bezeroei eskaintza pertsonalatupei, promoziopei eta kanpainei esker. 7.000 produktu baino gehiagoren prezioak jaitسي dira, horietako erdia elikagaiak direlarik.

Bezero leialenak guztirako salmenten % 76a dira dagoeneko, aurreko urtean erregistratutako zifra baino puntu bat gehiago

Eskaintzen eta pertsonalatuakoko promozioen bidez **familiei transferitutako aurrezpena 260 milioi eurokoa da**

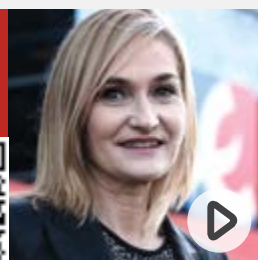
Zuzeneko aurrezpena sustatzera zuzenduta dauden bi txartel berri atera ditugu: **EROSKI Club MasterCard eta ORO Txartela**

Prezioen jaitsierra
7.000 produktu baino gehiagotan, horien erdia elikagaietan



“EROSKIn gero eta harreman
personalizatuagoa sustatzen dugu”

Eva Ugarte | MARKETIN ZUZENDARIA
memoria.eroski.es/eu/kontsumitzaileak



Osasunarekin eta iraunkortasunarekin dugun apustu irmoa Osasun- eta iraunkortasun-konpromisoekin gauzatzen da, 7.500 bazkide bezeroen parte-hartzearekin sortutakoak.

Bazkide bezeroekin dugun harremana aberastu beharreko arlo nagusietako bat izan da eta izaten jarraituko du beraiekin dugun lotura sendotzeko. Horregatik bazkide bezeroekin dugun harreman-puntu bakoitza zaintzen dugu, gure dendetan “zurekin” arretatik eta bezeroari arreta emateko zerbitzuetatik hasita gauzatutako parte-hartzeko eta entzuteko ekimen eta bide anitzetaraino.

**Aurrezpena eta bizitza-ohitura osasungarriak
sustatzen ditugu eta gure bezeroen
beharretara moldatzen gara**

**Azukre, gatz eta
koipe 325 tona
baino gehiago
kendu dira**
berezko markako
produktuetan

**14.596 bazkideren
iritzi erregistratu da**
hobetzeko asmoz
aztertzen diren
berezko markako
produktuei buruz

**Facebook-en
208.882 fan baino
gehiago eta
Twitter-en 50.618
jarraitzaile baino
gehiago dugu**

**400.000
deskontu-kupoi
aktibo hileroko,
aplikazio berrien
erabilerari esker**



Aurrezpena sustatzen dugu

EROSKIren eragileetako bat, elkarte kooperatiboa den heinean, bere bezeroek erosketa-saskia prezio, kalitate eta zerbitzu baldintza onenetan betetzea da. Horrela, arreta lehiakortasunean eta aurrezpenean jarritz, 2017an EROKIk familien aurrezpen-ahalmena areagotzen lagundu du ekimen anitz abian jarritz.

Bere bezero guztiei zuzendutako eskaintzez eta bere Bazkide Bezeroentzako segmentatutako promozioez gain, azpimarratzekoa da 2017an EROSKIk 7.000 produktu baino gehiagori prezioa jaitsi die: 3.000 elikadura, 1.500 edari eta 2.700 drogeria eta lurrindegri erreferentzia.

Horrela, eta 2017an egindako merkataritza-proposamen hauei esker, EROSKIk familiei transferitutako aurrezpena 260 milioi eurokoa izan da.



Txartela berriak: EROSKI Club MasterCard eta ORO Txartela

Kooperatibak kreditu-txartel berria aurkeztu du, Mastercard eta Santander Consumer Finance-ekin elkarlanean. Txartela honek EROSKItik kanpo egindako erosketen zenbatekoa % 1eko aurrezpen bihurtzen du bere titularrarentzat. Zenbatekoa lotutako EROSKI Club txartelean sartzen da, Bazkide Bezeroaren saldo erabilgarritzat, kooperatibaren edozein supermerkatu, hipermerkatu, gasolindegia, optika, bidaia-agentzia edo online dendan erabiltzeko. Gainera, txartel honekin, bezeroak egunero 300 euroko saldoa eskuragarri dauka eskudirutan katearen edozein establezimenduan, komisiorik gabe. Txartelarekin internet bidez erosketa seguruak egin daitezke eta istripu-aseguru bat dauka.

- 200.000 titular baino gehiago 2017ko maiatzean abian jarri zenetik
- Programa eta aurrezpen-kanpaina berriak data nabarmenetan: eskolara buelta, Gabonak, oporrak, etab.

Bestalde, EROSKIk ORO Txartela atera du, erosketa guztietan % 4ko deskontu finkoa ematen duena. Ekimen hau Espainiako banaketa sektorean aitzindaria da eta EROSKI Club-eko bazkideei beren aurrezpen produktuei gehitzeko aukera ematen die. Hileroko 4,99 euroko kuota ordainduz, nahi duten kontsumitzaileek erosketa guztietan deskontu finkoa lor dezakete. Gure bazkide guztien erosketa-saskiaren prezioa jaisteko tresna berria.



Erosketa guztietarako deskontu finkoko programa

EROSKIk bere Bazkide Bezeroei eskaintzen dizkien abantailak areagotzen ditu EROSKI Clubeko "ORO TXARTELA" berriarekin. <https://vimeo.com/255580687>

Sorta berriak

2017an 381 produktu berri atera ditugu gure berezko marka guztien artean: Sannia, Basic, Seleqtia, Natur eta Belle. Gure produktu sorta guztietan egiten dugun berrikuntza eta etengabeko hobekuntza EROSKIren konpromiso handietako bat da eta osasuna eta iraunkortasuna hobetzeko asmoa du. Guztira, 89 erreferentzia berri formulatu dira hobekuntza nutrizionala lortzeko. Horrela, EROSKI aurrera egiten du bere bezeroei produktu freskoen eta gertukoen sorta zabala eskaintzeko. Aldi berean, gure linealetan gero eta garrantzi handiagoa duten produktu ekologiko eta dietetiko onenak bilatzen ditu.

Ekitaldian zehar tokiko eta eskualdeko 1.768 erreferentzia altan eman dira: 792 Freskoen arloetakoak eta 976 Elikadurakoak izan dira.

Alta berri hauen artean, erreferentzia hauek topa daitezke: 14 gazta, 5 barazki-kontserba, 1 espezia eta 57 ardo. Guztiek J.D.B. edo A.G.B. daukate.

Freskoetan espezialistak

EROSKIIn freskoetan espezialistak gara eta, gainera, beti produkturik onenak bilatzen ditugu. Gure freskoen marka EROSKI NATURek izen handiko Jatorri Deitura Babestuen (J.D.B.) eta Adierazpen Geografiko Babestuen (A.G.B.) alde apustu egiten du sarritan. Horrela, EROSKI merkaturatzen dituen produktu guztien elikadura-kalitatea eta segurtasuna bermatzen ditu. Kontsumo-kooperatiba gisa sortu ginenetik, oinarritzko printzipioa da hori eta gaur egun inoiz baino gehiago indarrean dago:

- J.D.B. duten 1.400 ardo-erreferentzia baino gehiago
- J.D.B. duten 125 gazta-erreferentzia
- J.D.B. duten 100 barazki-kontserba, olio, lekale eta arroz-erreferentzia baino gehiago.
- A.G.B. duten 300 haragi erreferentzia eta 100 fruta eta ortuari erreferentzia baino gehiago.

2017an 20.000 esku-hartze inguru egin ditugu elikagaien kalitatea eta segurtasuna bermatzeko: auditoretzak hornitzaileekin, produktuen analisiak eta fitxa teknikoek egiaztatzen.

Gure markak, 40 urte familian



Gure markak 40 urte betetzen ditu

2017. urtean, gure berezko markaren 40. urteurrena ospatu dugu. Ospakizun honek EROSKIrentzat garrantzi berezia dauka gure kontsumitzaileen konfiantza islatzen duelako, hauek baitira erakundearen oinarritzko eragileak. Jaio zirenetik, EROSKI markako produktuak familiako kide bihurtzeraino hazi dira. Horregatik, urte osoan zehar data hau gure bezeroekin ospatu dugu eta aurrezten lagunduko dieten kalitatezko produktuak eskaintzeko lanean jarraitu dugu:

1977an berezko markaren lehenengo 6 produktuak merkaturatu genituenetik, mugari garrantzitsuak lortu ditugu. Adibidez, 1978an gure ontzietan lau hizkuntza ofizialak jarri genituen, 1990an Jatorri Deitura Babestua (J.D.B.) zuen lehenengo produktua merkaturatu genuen eta 1996an EROSKI Natur marka jaio zen.

Geroago, 2004an, genetikoki aldatutako produktuak gure markatik kendu genituen, 2007an gure ontzietan nutrizio-semaforo bat gehitu genuen eta 2009an gure produktu guztietatik partzialki hidrogenatutako landare-koipeak kendu genituen. Denbora honetan gure marka hauek merkaturatu ditugu baita ere: EROSKI Seleqtia (2007), Belle (2009), EROSKI basic (2010) eta EROSKI Sannia 2012an.

Oraintsuago, 2014an, bezeroei entzuteko konpromisoak parabenorik gabeko zainketa pertsonaleko produktuak formulatzera eraman gaitu. Hala, parabenoak guztiz kendu dituen Espainiako lehenengo banaketa enpresa izan gara. Bestalde, 2016an EROSKI SELEQTIA marka, gure gourmet produktuen marka, eta Basque Culinary Center-ekin (BBC) batera lan egiten hasi zen, errezeten zaporea eta kalitatea frogatzeko helburuarekin.

EROSKI Club: Bezerearekin kanal anitzeko harremana

EROSKI bezerearekiko harremana lehenetsua da merkataritza-ereduan. Izan ere, harreman hori ereduaren identitate diferentzialaren ezaugarri bihurtu da. EROSKI kontsumitzaileari arreta gehiago eskaintzen dion merkataritza-proposamen baten apustua egiten du eta erosketaren esperientzia lehenesten du.

Teknologiaren erabilera kontsumitzaileen eskaera maila areagotu du, merkataritza-proposamen eta arreta pertsonalizatua espero baitute. Zentzu honetan, EROSKI bezereari nahi duen tokian, moduan eta momentuan arreta ematen dion kanal anitzeko proposamenean aurrera egiten dugu. Horretarako denda-formatu ezberdinak eta kanal digital ezberdinak erabiltzen ditugu: sare sozialak, internet, EROSKI aplikazioa eta online supermerkatuak.

EROSKI gero eta handiagoa den online kanalen erabilera erantzuna emateko teknologiaz eta ahalmenaz hornitu gara. Gure eraldaketa digitalean aurrera egiteko eta kontsumitzaileari erantzuteko prest gaude, horretarako bere aurreikuspenei doituak proposamena eraikitzen dugu eta soluzio berritzaileak proposatzen dizkiogu. Kanal aniztasun horretan aurrera egiteko oinarria EROSKI Club da, bezerearen estrategiaren erdigunean kokatzen duelarik.

Bezere guztientzat doakoa den fidelitate-programa hau jada duela hiru urte jaio zen bezere leialenei deskontuak, promozioak eta eskaintza esklusiboak eman ahal izateko. Halaber, Travel Club programaren abantaila guztiak barne hartzen ditu. Txartela bakarrean bezere beren erosketetarako onura guztiak integratuta dituzte katearen edozein establezimenduan erabili ahal izateko: hipermerkatuak, supermerkatuak, online denda, bidaiak eta optikak. Aldi berean, Travel Club puntuak metatzen dituzte programari atxikituta dauden establezimendu-sare osoan.

Ostera, EROSKI Club harago doa eta Bazkide Bezerearekiko komunikazio- eta harreman zuzenerako plataforma ere bada. Bazkide Bezereak eguneroko kudeaketaren parte dira ekintza ezberdinen bidez.



Club-ak 2017a interneteko kontu digitalean 554.446 bazkide dituelarik itxi du. Urtean zehar bazkideek abian jarritako harreman-ekintzetan parte hartu dute, berezko markari buruzko eta saltokiei buruzko iritzia emanez. Aldi berean, Bazkide Bezereontzako gizarte-abantailak eskaintzen dituen programa bat jasotzen du. Programa honek lehiaketetarako eta zozketetarako parte-hartzeak, kontsumo arduratsuari buruzko tailer eta hitzaldietarako gonbidapenak, produktu berrien dastatze eta frogak, hobe erosteko informazioa, zerbitzu bereziak eta kontsumitzailearen parte-hartzea EROSKI eskaintzen du.

- Urte osoan, bazkideen 14.596 iritzi baino gehiago jaso ditugu berezko markaren produktuei buruz. Iritzi hauek arreta handiz aztertzen ditugu bere ekintza ezberdinak hobetu ahal izateko.
- Liburuxka atala berritu dugu erabiltzaileek esperientzia hobeto izan dezaten atal hau kontsultatzeko.
- EROSKI Club ORO Txartela atal berria atera dugu.
- Urte osoan zehar eta gure berezko markaren 40. urteurrena dela eta, berezko markaren produktuen balioa nabarmendu dugu.
- Gabonetako kanpainarako Basque Culinary Center-ekin Gabonetako menuen proposamen bat garatu dugu gure eskaintzako produktu nabarmenak erabiliz.

EROSKI aplikazioa, Bazkide Bezeroarekin etengabeko komunikazioa

Aplikazioak, IOS eta Android sistema eragiletarako eskuragarri dagoenak, urte bat baino gehiago darama abian eta hilero 3 milioi eta erdi elkarreragin baino gehiago ditu erabiltzaileekin. Bazkide Bezeroekin dugun etengabeko komunikazio kanala da eta, bere funtzioen artean hauek daude: ohiko dendaren promozioak ikusi, erosketarako zerrendak egin edo erabiltzailea dagoen gunetik hurbilen dauden EROSKI dendak aurkitu. Gainera, eguneratzeak EROSKI Clubeko bertsio digitala dauka eta horri esker Bazkide Bezeroek dendan identifikatu daitezke txartelaren beharrik gabe, zuzenean mugikorretik.

- Gaur egun, 100.000 EROSKI bezero baino gehiagok aplikazio mugikorra erabiltzen du.
- Hilero 400.000 deskontu kupoi baino gehiago aktibatzen dira.
- Esteka zuzena EROSKI MasterCard web orrira, non erabiltzaileek, txartelaren titulartzat identifikatu eta gero, ordainketa-txartelari dagozkion kontsultak eta kudeaketak egin ditzaketen.



Bezeroari arreta saria: "Onenak izaten jarraitzen dugu"

EROSKI ondoz ondoko seigarren urtez bezeroarentzako arreta zerbitzurik onena eskaintzen duen banaketa-handirako enpresa gisa eta fideltasun-klubeko bezeroei arretarik onena ematen dien enpresa gisa aitortua izan da. Sotto Tempo Advertising aholkularitza-enpresak ematen du sari hori; bulego horrek hainbat sektoretako bezeroen gogobetetasun maila neurtzen du. Horrela, kontsumitzaileek berek hautatzen dituzte bezeroei arreta emateko zerbitzuetan kalitate onena duten erakundeak. EROSKIren bezeroari arreta emateko zerbitzuak 423.715 kontsulta erantzun zituen aurreko ekitaldian.



Sareetan gaude

Gure fan eta jarraitzaileak entzun ditugu, haiekin hitz egin dugu, eta gure markari eta gure produktuei buruz iritzi ona izan dezaten sustatu dugu. Era berean, urteko jardueran izandako jazoera guztiak erantzun ditugu, markaren izen ona eraikitzen lagundu duena:

- Facebook-en 208.882 fan baino gehiago ditugu (2016 urtea ixterakoan baino % 4,7 gehiago)
- 50.618 jarraitzaile Twitter-en (2016a ixterakoan baino % 15,4 gehiago), non hazkunde-erritmoa azkeneko hiru urtetan mantendu den.
- Abenduaz geroztik, gure markaren presentzia Instagram plataformara zabaldu dugu, urtea 1.792 jarraitzaileekin itxi dugularik. Honek Gabonetan gastronomia-dukien ikusgaitasunerako ekarpen handia suposatu du.
- LinkedIn bezalako plataforma profesionaletan ere bagaude, EROSKI enpresaren berri eta eduki garrantzitsuenekin. 2017an 14.166 jarraitzaile erregistratu genuen.
- Plataforma guztien artean, milioi bat elkarreragin baino gehiago sortu ditugu erabiltzaileekin gure markaren edukiekin (atsegin dut, iruzkinak, partekatua) eta 66 milioi iritzi baino gehiago.
- Posta elektronikoko marketin-kanala: posta elektronikoren bidez 172 bidalketa egin ditugu, hau da, 49 milioi eragin, 12,7 milioi irekierekin eta 1,9 milioi "klik"ekin.

