

EROSKI-K WHATSAPPETIK ADIMEN ARTIFIZIALAREKIN EROSTEKO AUKERA ZABALDU DU, ZERBITZU ULTRALASTERRA GAINERATUTA

- **Berrikuntzaren aldeko apustua eginik, kooperatibak eskaintza berria egin dio kontsumitzaileari: elkarrizketa bidezko erosketa esperientzia pertsonalizatu, laster, fidagarri eta egokitu bat.**
- **Aste honetan, EROSKI Bilboko bederatzai dendatan hasiko da zerbitzu hori eskaintzen, eredia baliozkotzeko eta esperientzia optimizatzeko.**

Elorrio, 2026ko apirilaren 16a. - [EROSKI](#)k Eroski Smart Shop atera du, soluzio berritzaile bat, modua ematen duena erosketak Whatsapp bidez egiteko, adimen artifiziala erabiliz, eta ordubete ingururen barruan etxean jasotzeko. Kooperatibak Bilbon jarri du martxan esperientzia pilotua. Elkarrizketa arin eta pertsonalizatua darabilen eredu bat da, eta, hari esker, EROSKIk aurrerapausoa emango du erosketa esperientziaren berrikuntza estrategian: teknologia ohiko kanaletan txertatuta, soluzio sinpleak, lasterrak eta pertsonalizatuak eskainiko ditu.

Lehen aldia da herrialdean horrelako zerbait egiten dena, eta probaleku jarri ditu Bizkaiko hiriburuan Eroski dituen bederatzai denda propioak. Urtebetez egongo da abian proba pilotua, eta helburua izango da zerbitzua nola hartzen duten neurtzea eta esperientzia optimizatzea, hedatzen hasteko aukera aztertu aurretik.

Sistemak modua emango dio bezeroari elkarrizketa natural baten bidez erosketak egiteko –izan daiteke testu bidez eta izan daiteke audio bidez–, pertsona bati hizketan ariko balitz bezala, eta, horretaz gainera, irudiak sartu ahalko ditu; adibidez, erosketa zerrendaren argazkia. Sistemak bezeroaren beharrak interpretatzen ditu, eta automatikoki eratzen du produktuen proposamen oso bat, balidatzeko eta ordaintzeko prest. Hala berean, erabiltzailearen gogora, nutrizio beharretara eta aurrekontura egokitutako menu eta errezetak proposatzen ditu. Transakzioa amaitzen da *quick commerce* delakoaren ordainketa plataforman, eta, ordubete ingururen buruan, etxera eramaten dute eskaria.

EROSKI - Komunikazio Korporatiboko zuzendaria
Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214 comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa de EROSKI
Nora Garay
Nagore García de Vicuña

Tel: 677 71 95 68
Tel: 630 98 66 19 kaixo@enemasene.eus



EROSKI

"Nahi genuke erosketa izan dadin mezu bat bidaltzea edo elkarrizketa bat izatea bezain erraza. Horretarako, edozeinek egunerokoan darabilen aplikazio bat baliatuko dugu", azaldu du Aitor Zuburrutik, EROSKIren txikizkako berrikuntza, eraldaketa digital eta AA arloan, negozio-eredu berrietan eta bezero-esperientzian diharduen koordinatzaileak. "Aurrezpenarekin duen konpromisoaren ildoan, EROSKI konfiguratuta dago aukerarik ekonomikoena eskaintzeko eskaria orokorra denean. Alabaina, bezeroak marka jakin bat adierazten badu, sistemak produktu espezifiko hori hautatuko du, nahiz eta merkeena ez izan; dena den, elkarrizketan bertan doitu ahalko da hautua", gaineratu du.

Kontsumoaren eta txikizkakoaren arloan dauden ohitura berriak

Eroski Smart Shop sortzeko orduan, burutan zuten erantzun bat ematea kontsumo ohituretan (eta elikagaien txikizkako merkatuan bertan) izaten ari den egiturazko aldaketari; orain, komenentzia eta berehalakotasuna espero baititu gutxienez bezeroak.

CNBC Internacionalek egindako azterketa batek erakusten duenez, elikagai salmenten %8letan jada nolabaiteko eragina dute kanal digitalek (bilaketa, plangintza, berrerostea), nahiz eta erosketa kanal askotarikoetan amaitzen den. Eta, NielsenIqren arabera, kanal digitalak aukeratzeko motibo nagusia da denbora aurrezteak; prezioak eta aldakortasunak baino askoz garrantzi handiagoa du, gainera. Horretaz gainera, *quick commerce* edo merkataritza lasterra bi digituko hazkundeak izaten ari da urtero Europa hegoaldeko eta mendebaldeko merkatuetan, elikaduran maiztasun handia duelarik.

Bestalde, Whatsappek 3.000 milioi erabiltzaile baino gehiago ditu hilean mundu mailan: mezularitza plataforma nagusia da 100 herrialdetan baino gehiagotan. Are gehiago, European, 60 urtetik gorakoekin erdiek baino gehiagok Whatsapp darabilte egunerokoan; horrek esan nahi du giltzarri bihurtu dela inklusio digitalaren arloan.

Baliabide hau merkaturatuta, Eroski abangoardian da sektorean giltzarri diren joeretan, hots, eguneroko plataformen pertsonalizazioan, AAren erabileran eta zerbitzuen integrazioan.

EROSKIri buruz

EROSKI banaketa talde liderretako bat da Espainia iparraldeko merkatuan —Galiziatik Balearretara—, %12,7ko merkatu kuotarekin; eta liderra da Euskal Autonomia

EROSKI - Komunikazio Korporatiboko zuzendaria

Patricia Martín Sanchidrián

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa de EROSKI

Nora Garay

Nagore García de Vicuña

Tel: 677 71 95 68

Tel: 630 98 66 10

kaixo@enemasene.eus

Erkidegoan, Nafarroan eta Galizian; lidergoan da halaber Balearretan ere. 2024aren amaieran, 1.502 saltoki zituen bere sare komertzialean: besteak beste, supermerkatuak, hipermerkatuak, cash & carry-ak eta online supermerkatuak, baita gasolindegia, kirol dendak eta elikagaien arlokoak ez diren beste negozio batzuk ere. Horretaz gainera, 6,4 milioi Bezero Bazkide baino gehiago ditu, eta 27.600 lagunek baino gehiago osatzen dute langile taldea; horietatik 9.000, berriz, bazkide eta jabe dira.

EROSKI - Komunikazio Korporatiboko zuzendaria

Patricia Martin Sanchidrian

Tel: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

INCÓGNITO - Agencia de Prensa de EROSKI

Nora Garay

Nagore García de Vicuña

Tel: 677 71 95 68

Tel: 630 98 66 10

kaixo@enemasene.eus