



Bezeroentzako onurak

Leialtze programak. Gure kudeaketa komertzial guztia azpimarratzen dugu, erosketan gogobetetzea lortzea eta gure bezeroei erosketa esperientziarik onena eskaintzea.



Leialtze programak

Aurrezteko neurriak

Gure kudeaketa komertzial guztia azpimarratzen dugu, erosketan gogobetetzea lortzea eta gure bezeroei erosketan esperientziarik onena eskaintzea. Horretarako, Taldearen zutabe eta balioetan oinarritutako jarduera bat gauzatzen dugu, **jarduera komertzial bizi batekin indartzen dena, gure bezeroentzat etekin ekonomiko, abantaila komertzial eta aurrezki handienak eskaintzera bideratuta.**

Aurrezteko neurri sorta bat jarri ohi dugu gure bezeroen eskura, gure bi bereizgarriek (Super Amara eta BM Supermerkatuak) martxan dituzten leialtze programen bidez eskura ditzaten. Programa horiek hogeitun urte baino gehiago daramate martxan, eta bezeroarengan jartzen dute arreta. Abantaila ugari eskaintzen

dituzte, eta gure hedapen planari esker, komunitatean duten eragina hazten ari da urtez urte.

Gaur egun, Taldeko supermerkatuei atxikitako 895.000 bezero baino gehiago ditugu, eta salmenten %84ko sarrera (kontsumo handiko sektoreko handienetako bat), zeinak erosleen konfiantza indartzen duen. Uvescon, era horretan, kalitate handiko sorta eta produktu freskoen aukera zabala kontsumitzaileen eskura jartzeko helburua betetzen dugu. Gainera, erraz eskuratu ahal izateko, bezeroei onura ekonomiko ugari eta deskontuak eskaintzen dizkiegu, eta erosketetan aurrezki itzultzen diegu.

ATXIKITAKO BEZEROAK 895.919

Bezero leialari egindako salmenta %84

BM KONTUA

832.798 bezero

SUPER AMARA TXARTELA

63.121 bezero



ONURA EKONOMIKOAK FAMILIENTZAT
(deskontuak, erosketa txartelak eta bonuak)

28M€

Bezero programari lotutako abantaila eta aurrezki gehiago

Kalitatezko elikadura izateko aukera errazteko

Azken urteetan, sustapen jarduera hori areagotu egin da. Lehenik eta behin, osasun krisiaren ondorioz; eta, azken urteetan, hornidura eta lehengaien krisiagatik, **azken bi**

urteetan gure bezeroentzat %20 aurrezki ekintza gehiago egitera eraman gaituelako, bezeroek kalitatezko elikagaiak eskuratzea errazago izateko.

Marka propioa, proposamen komertziala indartuta

2023an, beste pauso bat eman da, produktuen aukera sorta berrikusi, eta **BM marka merkaturatuta** -kalitate goreneko marka propio bat sortzeko, preziorik onenean, eta haren identifikazioa hobetzeko, kontsumitzaileek hautatzeko duten gaitasuna errazteko, aukera zabalarekiko eta kalitatearekiko gure konpromisoari eutsita-

Aldi berean, aukera guztia berrikusi da, aukera eguneratzeko eta produktu berriak sartzeko, atal guztietako produktu sortak osatzeko.

Guztira, **oinarrizko 1.200 produktuk osatzen dute BM marka**, ontziratuetan eta freskoetan; hots, supermerkatuko erreferentzien %11.

Horrela, marka berri horren pean, orain arte dendetan zeuden banaketa markak bateratu dira, zehazki hauek: IFA (Eliges, Sabe eta Unnia), Sasaki, Peñalabra, Bertako eta Selecta.



BM MARKAKO ERREFERENTZIAK
1.200



Aurrezkiak eta abantaila segmentatuak

Azken urteotan eta digitalizazio estrategiarekin batera, programa hau bere abantailak handitzen ari da: eskaintzak espezializatu ditu -kontsumitzaile bakoitzaren beharretara modu segmentatuan eta egokituan bideratuta- eta deskontu gehiago egin ditu, batez ere freskoen ataletan (BM ereduaren ardatz nagusia, non eskaintzak aldizka indartu egiten diren erosketetan deskontu metagarri eta zuzeneko deskontu handiak eginda).

Aldi berean, bezero kontuaren aplikazio mugikorraren bidez, deskontuak eskuratzea erraztu da, eta eskaintza segmentatuak bultzatu dira, horiekin kontsumitzaileari are gehiago lagunduta berarentzat interesgarriak diren

produktuak eskuratzen. Eskaintzen dituen abantailak supermerkatu eredu indartzen dute eta bezeroek erosketetan fidelizazio handiago izatea ahalbidetzen dute.





Adinekoentzako telefono bidezko zerbitzua

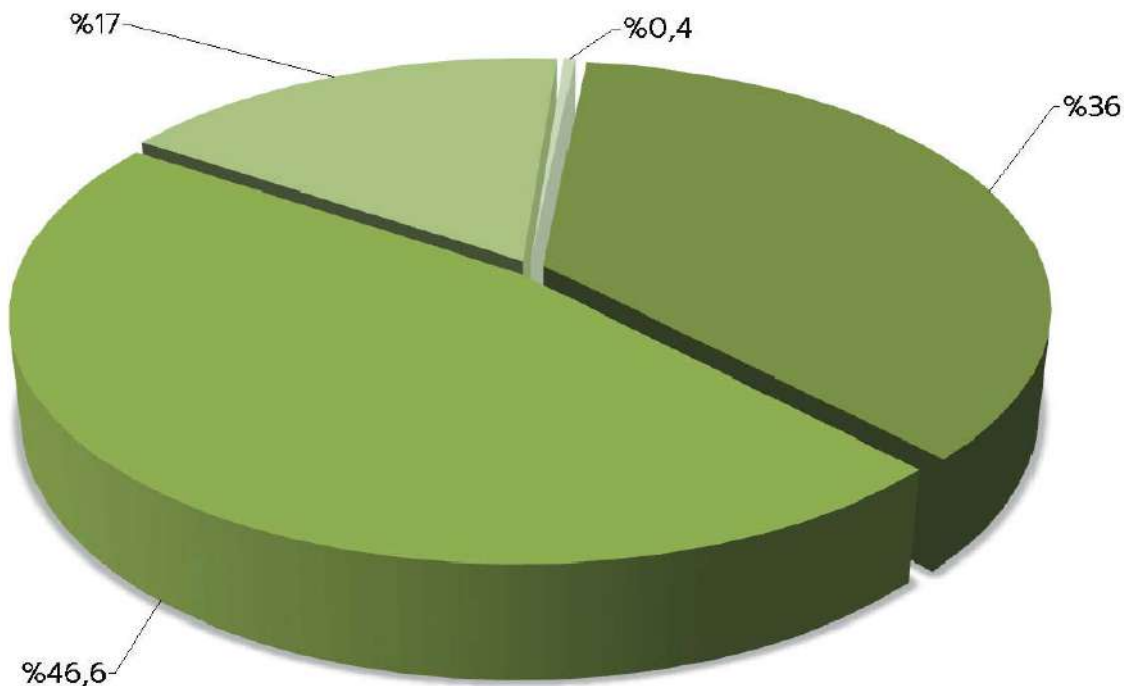
Adinekoei erosteko aukera errazteko

Adinekoei erosteko aukera errazteko, **telefono bidezko erosketaren zerbitzu** bat dugu. Horri esker, bezeroaren arretarako telefonoaren bidez, supermerkatuara joateko edo *online* erosketak egiteko zailtasunak dituzten pertsona horiei laguntza eskaintzen diegu. Zerbitzu hori funtsezkoa izan zen 2020ko konfinamenduan.

400 eskaera ditu batez beste hilean, eta bereziki 65 urtetik gorako pertsonak dira telefono hori erosketak egiteko erabili ohi dutenak. Erosketa motari dagokionez, produktu freskoak pisu handia du. *Online* eskariekin egiten den bezala, bezeroaren gustura prestatzen dira produktu fresko horiek ere.

BAZ kontaktu motak 2023

- Informazioa
- Eskaerak
- Kexak
- Sugerencias



900 555 300



E-commerce-ren sendotzea

Gure digitalizazio estrategiaren zutabea

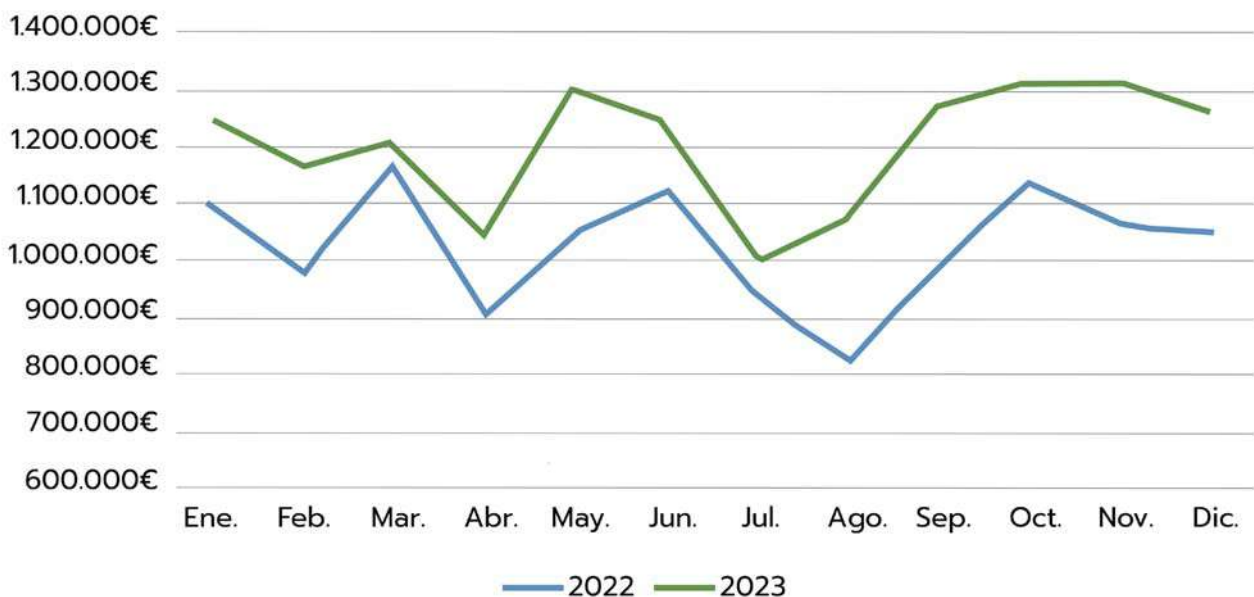
E-commerce garatzeko konpromisoa -gure digitalizazio strategiaren zutabea, eta batez ere 2020tik aurrera izandako garapena-. Dagoeneko sendotuta dagoen zerbitzua da. Denda fisikoaren kalitate estandar berberak betetzen ditu, eta produktu freskoan jartzen du arreta. Garapen eta hazkunde ekonomikorako gure estrategian, funtsezko zerbitzua da. Horrela, gure erantzukizun plan estrategikoaren barruan kokatzen da, inguruan balioa eta hazkundera sortzen duen ardatz gisa.

Freskoaren aldeko apustua: eskarietan %30 produktu freskoa izanik, tresna digitalak Uvescoren supermerkatu eredia indartzen du.

*E-commerce*ren garapenak *online* erosketak egiteko joera duen kontsumitzaile gero eta

digitalago baten eskaerari erantzuten dio; garapen ekonomikoa bultzatzen du, teknologia sustatuz; eta, hirugarrenik, dendarako joan-etorriak murrizten ditu, eta horrek ibilgailu partikularra erabiltzeak ingurumenean sortzen dituen eraginak txikitzen ditu. *E-commerce* enpresaren ekosistema digitalaren funtsezko pieza izanik, gure bezeroak fidelizatzen laguntzen baitu, azken urte honetan apustu estrategikoa sendotu egin da.

Azken urtean, *online* salmentak %14 handitu dira, eta kanalean erosten duten bezero kopurua, %9.





Zerbitzua eboluzionatzen jarraitu dugu, omnikanalitatea bultzatzeko eta gure bezeroei esperientzia bikaina eskaintzen jarraitzeko. Ildo horretan, **online salmentarako plataforman hobekuntzak** garatu ditugu (sustapen berrien integrazioa, bilatzailearen hobekuntza, erosketa bideratzaileak, etab.), **“Click & Collect” zerbitzua hedatu dugu** (28 dendatara zabaldu da, eta hiru tenperaturako *locker* bat instalatu dugu, non bezeroek beren eskaera jaso ahal izango duten), eta **dendan eskaerak prestatzeko eredu operatiboaren ondoriozko prozesuetan jarri dugu fokua** -hobekuntzak

eginez, batetik, efizientzia handiagoz prestatzeko eta, bestetik, produktua bikaintasunez tratatzeko, produktu freskoen tratamendua azpimarratuta-. Horrez gain, *e-commerce-ren* garapen hau funtsezko pieza da Taldearen ekosistema digitalean, izan ere, gaur egun bezeroak jada erraz moldatu daitezkeen, baita nabigatu ere, eskura dituzten eta lotuta dauden ingurune digitalen bidez: **online denda, aplikazio mugikorra eta web orria**.

ONLINE ESKARIAK
^ %14

BEZEROAK
^ %9

