





[04/2]

Nuestra clientela

Ponemos el acento de toda nuestra gestión comercial, en conseguir una satisfacción en la compra y en ofrecer la mejor experiencia de compra a nuestra clientela. Entre las medidas para adaptarse a sus necesidades, destaca la inversión -adicionalmente a las ofertas de precio- de 33M€ en vales descuento, para ayudar a rebajar el precio de la cesta.



[SUPERMERCADOS BM Y SUPER AMARA]

Programas de fidelización

Abanico de medidas de ahorro, para la clientela, al que pueden acceder a través de los programas de fidelización de las dos enseñas.

En la actualidad, contamos con más de 1.042.724 personas adheridas a los supermercados del Grupo y con un 84% de penetración de ventas -una de las más altas del sector del gran consumo-, que refuerza la confianza depositada por la clientela.

[FACILITAMOS EL ACCESO A UNA ALIMENTACIÓN DE CALIDAD]

Más ventajas y ahorros

La calidad en la alimentación y la concienciación del/de la consumidor/a, por realizar una compra inteligente y cuidar su salud -más allá de saciar el hambre-, encajan a la perfección con los valores de Grupo Uvesco. Por ello, la principal responsabilidad de la empresa, que nace de su compromiso por la

calidad, es trabajar por la alimentación de calidad. Satisfacer plenamente las necesidades de alimentación del/de la consumidor/a, con todas las garantías.

Ahorros y ventajas segmentadas

Entre las medidas para adaptarse a las necesidades de la clientela, cabe destacar la inversión -adicionalmente a las ofertas de precio- de 33 millones de euros, en vales descuento, para ayudar a

rebajar el precio de la cesta, donde destacan los descuentos semanales del 30%, en una selección de productos frescos y cupones personalizados.





Marca BM

Asimismo, en 2024, se ha consolidado la marca BM, con 1.200 referencias, representando el 17% de las ventas, y donde destaca la marca

BM Selecta, que distingue productos de máxima calidad, principalmente en producto fresco y de cercanía.

1.200

REFERENCIAS

17%

% VENTAS MARCA BM

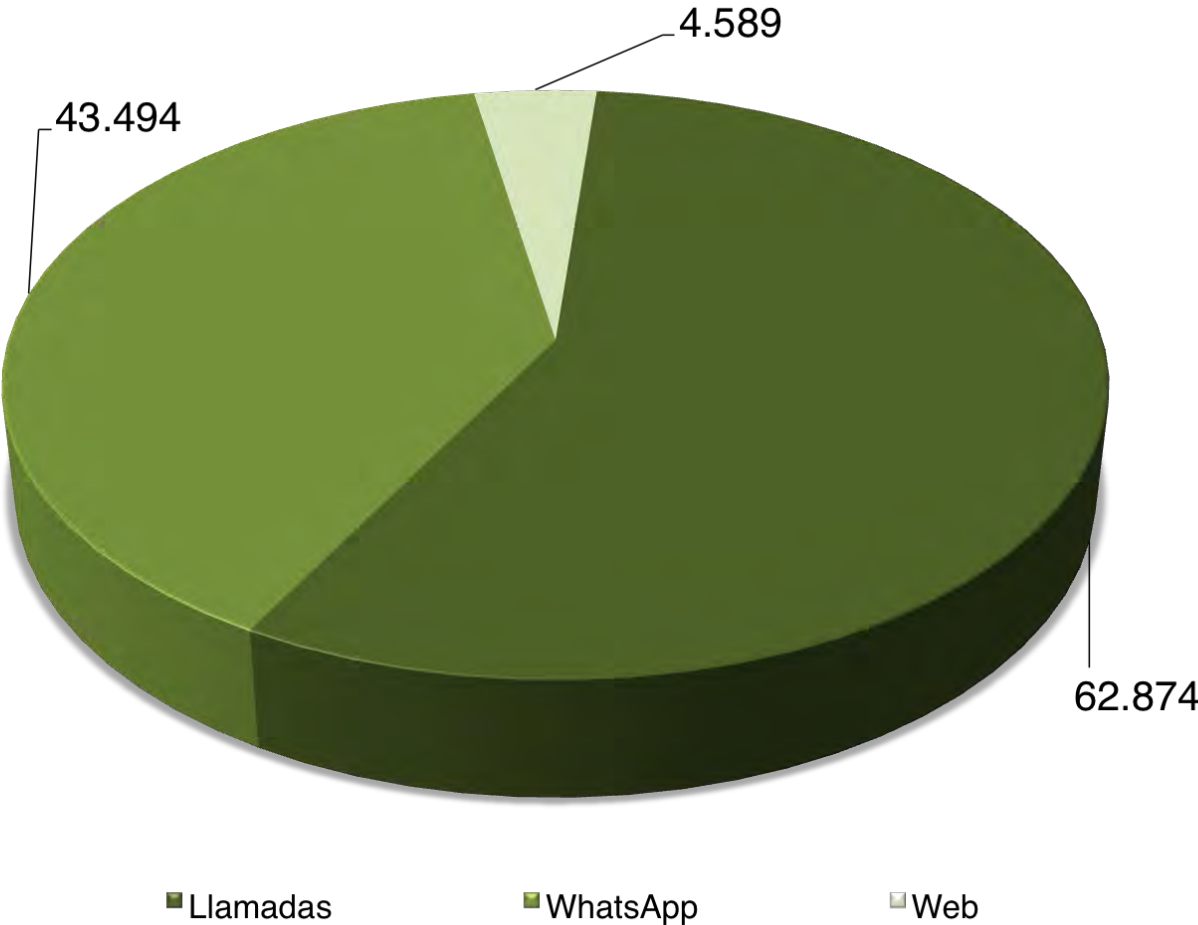
[FACILITAMOS LA COMUNICACIÓN CON LA CLIENTELA]

Conociendo y atendiendo necesidades

La comunicación con la clientela juega un papel vital en la labor de Uvesco, ya que permite conocer de primera mano cuáles son las necesidades y las inquietudes de los/as consumidores/as.

El Grupo Uvesco tiene tres canales principales de comunicación: telefónico, a través de

WhatsApp y en la página web (www.bmsupermercados.es). Mediante estos canales, se recogen peticiones de información, solicitudes, quejas y sugerencias.



Servicio TeleBM

Este servicio permite a las personas mayores hacer su compra por teléfono. Este servicio se ha mantenido, para facilitar y ayudar a un

colectivo con dificultades para acceder a la compra, y, en 2024, atendió 3.818 llamadas, lo que derivó en 2.294 pedidos de compra.

3.818
LLAMADAS

2.294
PEDIDOS

