



Informacja prasowa
Warszawa, 19 marca 2019

Carrefour przyspiesza z cyfryzacją. Współpracy sieci z Google zrewolucjonizuje polski rynek detaliczny

Wdrożenie kolejnych innowacyjnych rozwiązań omnikanalowych, zwiększenie sprzedaży i oddziaływania marki w Internecie oraz rozwój technologii mobilnych - to najważniejsze strategiczne cele współpracy pomiędzy Carrefour i Google na polskim rynku.

W nawiązaniu do globalnego partnerstwa strategicznego, Carrefour i Google, zapowiedziały bliską współpracę w Polsce. Jej głównym celem jest wzmocnienie pozycji Carrefour w cyfrowych kanałach sprzedaży oraz zbudowanie lepszych doświadczeń zakupowych dla polskich konsumentów.

*- Jednym z priorytetów strategii Carrefour w Polsce jest zaoferowanie klientom najbardziej komfortowych i przyjemnych zakupy na rynku. Dlatego chcemy stworzyć dla nich wzorowe środowisko omnikanalowe, a także dążymy do bycia liderem w zakresie innowacji oraz sprzedaży żywności przez Internet. W dniu dzisiejszym, zrobiliśmy kolejny krok w tym kierunku, przenosząc globalne porozumienie Carrefour i Google, na poziom lokalny - **powiedział Christophe Rabatel, Prezes Carrefour Polska.** Łączymy siły i nasze know-how, zarówno w obszarze digitalu, jak również handlu detalicznego, aby zrewolucjonizować polski rynek w 3 wymiarach: handlu internetowego, mobilnego oraz, aby wzmocnić pozycję naszej marki w Internecie. Jestem przekonany, że nasza współpraca przyniesie wymierne korzyści nie tylko polskim klientom, ale także całemu rynkowi detalicznemu w Polsce - **dodał Rabatel.***

Współpraca między Carrefour i Google na polskim rynku będzie koncentrowała się na trzech filarach, ustanowionych na podstawie celów biznesowych Carrefour: 1) zwiększeniu zakupów i portfela mobilnych klientów Carrefour; 2) wsparciu sieci w staniu się ulubionym i preferowanym e-detalistą w Polsce, m.in. poprzez zautomatyzowaną komunikacji czy nowe rozwiązania technologiczne; 3) digitalizację i zmaksymalizowanie oddziaływania marki Carrefour w Internecie.

W ramach partnerstwa, Google udostępni sieci swój know-how oraz unikalne narzędzia w zakresie cyfryzacji, nowych technologii i sztucznej inteligencji, a Carrefour podzieli się swoim doświadczenie w zakresie produktów, zarządzania sklepami tradycyjnymi i internetowymi oraz danymi pochodzącymi z kanałów online i mobilnych.

Google będzie również wspierać Carrefour w zakresie szkoleń i warsztatów dla pracowników sieci, rozwijając ich kluczowe kompetencje digitalowe oraz pomagając w szybszym zaadaptowaniu się do zmian w ramach transformacji cyfrowej sieci.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com



Globalne partnerstwo między Grupą Carrefour i Google zostało nawiązane w czerwcu ubiegłego roku. W jego ramach firmy zobowiązały się współpracować w 3 obszarach: 1) obecności Carrefour na nowej stronie internetowej Google oraz w ramach Asystenta Google we Francji, 2) stworzenia laboratorium innowacji Carrefour i Google oraz 3) przyspieszenie digitalizacji całej Grupy Carrefour.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce prawie 900 sklepów w 5 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci ponad 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada 12 300 sklepów w ponad 30 krajach. Carrefour obsługuje 105 milionów klientów na całym świecie i wygenerował w 2017 roku sprzedaż w wysokości 88,24 miliarda euro. Grupa liczy ponad 380 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Maria Cieślukowska, Dyrektor Komunikacji Zewnętrznej i PR, Rzecznik Prasowy, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com