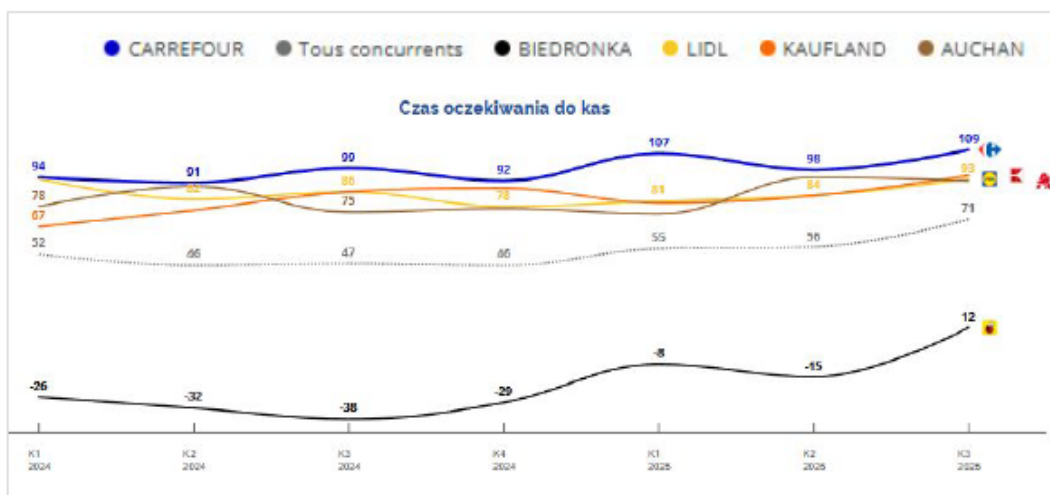


Carrefour Polska liderem szybkości obsługi przy kasach - sieć ujawnia wyniki ogólnopolskiego badania Kantar

W okresie przedświątecznym czas oczekiwania do kasy jest jednym z kluczowych elementów wpływających na poziom zadowolenia klientów z zakupów. Carrefour Polska ujawnił właśnie wyniki ogólnopolskiego badania BIC* (Brand Image vs Competitors) realizowanego przez agencję badawczą Kantar. Wyniki pokazują, że od pierwszego kwartału 2024 roku, Carrefour jest liderem w zakresie czasu oczekiwania do kas, osiągając lepsze wyniki w tym zakresie od kluczowych konkurentów takich jak Biedronka, Lidl, Auchan czy Kaufland. Oznacza to, że klienci Carrefour są najbardziej zadowoleni z czasu oczekiwania do kas, znacznie bardziej niż klienci sklepów konkurencji.

Badanie BIC prowadzone jest na grupie ponad 1200 respondentów w trybie ciągłym i obejmuje comiesięczne wywiady z użytkownikami różnych sieci sklepów spożywczych w Polsce. Respondenci oceniają m.in. znajomość i częstotliwość korzystania z poszczególnych marek, ich komunikację, wizerunek oraz gotowość do polecenia danej sieci rodzinie lub znajomym. Jednym z kluczowych elementów badania jest także ocena doświadczenia zakupowego, w tym czasu oczekiwania do kas, obszaru szczególnie istotnego dla klientów w okresach przedświątecznym, kiedy mamy do czynienia ze wzmożonym ruchem zakupowym.



*Badanie BIC realizowane jest co miesiąc na próbie 1200 osób odpowiedzialnych lub współodpowiedzialnych za zakupy spożywcze i niespożywcze w gospodarstwie domowym. W trakcie trwającego około 15 minut wywiadu internetowego (realizowanego na komputerze, tablecie lub smartfonie) respondenci odpowiadają na pytania dotyczące m.in. znajomości sklepów oraz ich komunikacji, korzystania ze sklepów, wizerunku marek czy gotowości do polecenia sklepu rodzinie lub znajomym.

Kontakt dla mediów:

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



Osiągnięcie pozycji lidera w kategorii czasu oczekiwania do kas przekłada się na wymierne korzyści dla klientów Carrefour, zwłaszcza w okresach największego natężenia ruchu w sklepach. Sprawna obsługa pozwala klientom płynnie przejść przez proces zakupowy, od skompletowania koszyka po finalizację transakcji, niezależnie od pory dnia czy wielkości zakupów. W czasie przedświątecznym, kiedy listy zakupowe są dłuższe, a wizyty w sklepach częstsze, możliwość szybkiego zakończenia zakupów staje się istotnym elementem codziennej wygody.

Na ten efekt składa się szereg działań realizowanych w sklepach Carrefour w całej Polsce. Sieć systematycznie dostosowuje organizację pracy do zmieniających się potrzeb klientów, rozwija infrastrukturę kasową oraz wdraża rozwiązania, które usprawniają przepływ klientów w sklepach różnych formatów. Skala i konsekwencja tych działań znajdują odzwierciedlenie w wynikach badania BIC, które potwierdzają, że Carrefour wyróżnia się na tle konkurencji pod względem sprawności obsługi i komfortu zakupów.

W okresie przedświątecznym, gdy zakupy są częstsze i bardziej rozbudowane, Carrefour łączy sprawną obsługę z jedną z najszerszych ofert na rynku. Klienci sieci mają do dyspozycji nawet 50.000 produktów, od artykułów codziennego użytku, przez bogaty wybór produktów świeżych, po dedykowaną ofertę świąteczną, dostępnych w 6 formatach sklepów w całej Polsce. Krótki czas oczekiwania do kas pozwala szybko sfinalizować zakupy, niezależnie od wielkości koszyka, a jednocześnie wygodnie zaplanować świąteczne przygotowania w jednym miejscu. Dzięki temu Carrefour pozostaje naturalnym wyborem dla klientów, którzy przed świętami szukają zarówno szerokiego asortymentu, jak i zakupów realizowanych bez długich kolejek i zbędnego stresu.

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 850 sklepów w 6 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów hurtowo-dyskontowych, 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 40 stacji paliw.

Dzięki multiformatowej sieci ponad 14 000 sklepów w 40 krajach, Grupa Carrefour jest jednym z wiodących sprzedawców żywności na świecie. W 2023 r. sieć odnotowała sprzedaż na poziomie 94,1 miliarda euro. Grupa Carrefour zatrudnia obecnie ponad 300 000 pracowników w sklepach zintegrowanych, którzy pomagają uczynić markę światowym liderem w transformacji żywności dla wszystkich, oferując codziennie żywność wysokiej jakości, dostępną i w rozsądnej cenie. Pod szyldami Carrefour na całym świecie pracuje ponad 500 000 osób. Więcej informacji o Carrefour można uzyskać na stronie www.carrefour.com lub na Twitterze (@news_carrefour) oraz LinkedIn (Carrefour).

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

*Badanie BIC realizowane jest co miesiąc na próbie 1200 osób odpowiedzialnych lub współodpowiedzialnych za zakupy spożywcze i niespożywcze w gospodarstwie domowym. W trakcie trwającego około 15 minut wywiadu internetowego (realizowanego na komputerze, tablecie lub smartfonie) respondenci odpowiadają na pytania dotyczące m.in. znajomości sklepów oraz ich komunikacji, korzystania ze sklepów, wizerunku marek czy gotowości do polecenia sklepu rodzinie lub znajomym.

Kontakt dla mediów:

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

CARREFOUR POLSKA