

Żabka testuje automat do obsługi paczek

Wydawanie i odbiór przesyłek obsłuzę najnowszej generacji robot kartezyjański

Klienci Żabki przyzwyczaili się już, że w sklepach sieci w sposób wygodny mogą odbierać i nadawać paczki. Teraz będzie to jeszcze prostsze i szybsze – Żabka testuje bowiem innowacyjny sposób obsługi przesyłek, bez potrzeby angażowania w ten proces sprzedawcy. Automat funkcjonuje już w sklepie Żabka w Poznaniu przy ul. Matyi. Urządzenie nie wymaga dużo miejsca, co oznacza, że może być zaadoptowane w niemal całej sieci sklepów Żabka.

Urządzenie pozwoli Żabce na usprawnienie procesu odbioru i zwrotów przesyłek, a dla jej klientów oznacza wygodny i bezpieczny odbiór paczek obok domu, bez kontaktu ze sprzedawcą.

– Z roku na rok widzimy duże wzrosty liczby obsługiwanych paczek w naszej sieci, w ubiegłym roku obsłużyliśmy ich ponad 12 mln. To znak, że skutecznie dostosowaliśmy się do potrzeb naszych klientów i oferując usługę w ponad 6 tys. sklepów w całej Polsce, w bardzo dobrych lokalizacjach, w dogodnych godzinach otwarcia placówek, zapewniliśmy szybką obsługę. Dzięki automatowi wyniki będą jeszcze lepsze. Rozwiązanie nie tylko pozwala nam na usprawnienie procesu odbioru i zwrotów przesyłek, ale także znacznie przyspieszy obsługę klientów odwiedzających nasze sklepy. Niewątpliwą zaletą urządzenia jest również to, że nie wymaga dużo miejsca i może być zaadoptowane w niemal całej sieci naszych sklepów – mówi Anna Grabowska, Wiceprezes Zarządu Żabka Polska.

Urządzenie do nadawania i odbioru paczek wyprodukowane zostało przez polską firmę Retail Robotics. Automatyczny punkt odbioru paczek stworzono z myślą o sklepach typu convenience. Urządzenie wykorzystuje niewielką część przestrzeni handlowej, tak cennej w mniejszych sklepach. Większość instalacji może być umiejscowiona za półkami, na których ułożony jest towar. Wydawanie przesyłek obsługuje najnowszej generacji robot kartezyjański, działający w kilku osiach i poruszający się z niezwykłą precyzją i prędkością.

– Żabka w ramach inkubatora technologicznego rozwija nowoczesne rozwiązania w sklepach, które wpływają na komfort zakupów i szybkość obsługi. Już dzisiaj w naszych placówkach można zobaczyć m.in. ekrany digital signage, elektroniczne cenówki czy kasy samoobsługowe. Intensywnie rozwijamy także naszą aplikację mobilną żappka, a także usługi jak „Zamów i odbierz”. Wspólnie z naszym partnerem technologicznym, firmą Retail Robotics, opracowaliśmy unikatowe na rynku urządzenie do odbioru i nadawania paczek, stworzone zgodnie z potrzebami naszych klientów, ale również franczyzobiorców. Żabka uczestniczyła w rozwoju tego urządzenia od początku i jest jego pierwszym komercyjnym użytkownikiem. Urządzenie może obsłużyć dwa razy więcej paczek niż sprzedawca i jednocześnie oferuje błyskawiczną obsługę klientów – mówi Tomasz Blicharski, Wiceprezes Zarządu ds. Finansów i Rozwoju.

– Urządzenie PickupHero, które wdrożyliśmy w sklepie sieci Żabka, to innowacja technologiczna na skalę światową – mówi Marek Piotrowski, Chief Marketing Officer i Partner w Retail Robotics. – Jego niewielkie wymiary to rewolucja, jakiej potrzebują zatłoczone i zakorkowane miasta. PickupHero

zmienia małe sklepy typu convenience w zautomatyzowane huby logistyczne. To rozwiązanie łączy korzyści z punktu widzenia klienta, sieci handlowych i całego rynku e-commerce – dodaje Piotrowski.

Czym różni się urządzenie od znanych na rynku rozwiązań? Urządzenie jest wbudowane w regały sklepu. Klient podchodząc do panelu, w prosty i intuicyjny sposób wybiera opcję nadania lub odbioru przesyłki, wpisuje kod i wkłada paczkę do urządzenia. Wówczas robot znajdujący się wewnątrz maszyny umieszcza ją w odpowiedniej przestrzeni. Urządzenie jest również bardzo przyjazne i intuicyjne dla kurierów, którzy przywożą paczki do sklepu.

– Liczba przesyłek odbieranych w punktach DHL Parcel jest obecnie ponad trzydziestokrotnie większa niż jeszcze cztery lata wcześniej. Klienci coraz częściej wybierają tę formę dostawy, ze względu na wygodę i elastyczność. Paczka może czekać na nas w punkcie nawet siedem dni. Dodatkowo, dzięki nowym automatom paczkowym, możemy odebrać przesyłkę w pełni bezkontaktowo. Taka forma pozwala nam również zadbać o środowisko – zamiast dowozić przesyłki pod kilkadziesiąt różnych adresów, kurier zostawia je w jednym miejscu. Widzimy olbrzymi potencjał rozwoju odbiorów z punktów. Wciąż potrzebujemy tam kilkukrotnie więcej przestrzeni do procesowania przesyłek, a wiadomo, że w aglomeracjach miejskich każdy metr kwadratowy jest bardzo cenny. Innowacyjne automaty paczkowe są modelowym przykładem transformacji cyfrowej, świetnie wpisując się w trendy automatyzacji i ekologii – komentuje Anna Kania, Dyrektor ds. Marketingu, członek Zarządu DHL Parcel Polska.

– Poczta Polska jest aktywnym uczestnikiem rynku eCommerce, który jest kluczowy dla polskiej gospodarki. Konsekwentnie chcemy oferować naszym klientom kolejne, wygodne miejsca odbioru ich zakupów internetowych. Klienci deklarują, że ważne jest dla nich bezpieczeństwo przesyłek, które gwarantuje Poczta Polska, ale ze względu na szybkie tempo życia, chcieliby odbierać zakupione towary przy okazji codziennych zakupów, na przykład w Żabce. Rozwijamy opcję Odbiór w Punkcie, mamy największą sieć click&collect w kraju, tworzymy coraz lepsze rozwiązania dla rynku eCommerce we współpracy z partnerami, którzy posiadają renomę, silną i rozpoznawalną markę. W tej branży ważne są także innowacje, które właśnie wprowadza sieć Żabka – mówi Grzegorz Kurdziel, Wiceprezes Zarządu Poczty Polskiej ds. sprzedaży. – Poczta współpracuje z siecią Żabka od 2017 roku, odbiór przesyłek w tych punktach jest wygodny dla naszych klientów i coraz chętniej odbierają oni swoje przesyłki w sklepach Żabka. Narastająco po 5 miesiącach osiągamy dynamikę wolumenów przesyłek odbieranych w Żabce na poziomie 216% w porównaniu do analogicznego okresu roku ubiegłego. Jestem przekonany, że współpraca między Poczta Polska i Żabką nadal będzie bardzo dobrze się rozwijać, a klienci polubią automaty Żabki – dodaje wiceprezes Grzegorz Kurdziel.

Polacy coraz chętniej robią zakupy w sklepach internetowych: z badania przeprowadzonego przez IQS na zlecenie Żabka Polska wynika, że ponad 90 proc. dorosłych Polaków kupuje w sieci oraz, co jest konsekwencją tego trendu, odbiera lub nadaje paczki¹. Jednocześnie klienci zwracają dziś uwagę na wygodę i szybkość usługi. Badania wskazują, że 69 proc. Polaków przyznaje, że to właśnie wygoda podczas dokonywania zakupów jest dla nich bardzo ważna, a 65 proc. pytanym szuka rozwiązań, które ułatwiają im życie.²

¹ Źródło: Badanie przeprowadzone przez IQS

² Źródło: Badanie własne Żabka Polska przeprowadzone na panelu Ariadna na ogólnopolskiej próbie liczącej N=1067 osób. Kwoty dobrane wg reprezentacji w populacji Polaków w wieku 18 lat i więcej dla płci, wieku i wielkości miejscowości. Termin realizacji: 10-13 sierpnia 2018. Metoda: CAWI.



Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu *convenience* liczącej ponad 6250 placówek prowadzonych przez 4700 franczyzobiorców pod marką Żabka. Na przestrzeni dwudziestu lat działalności na polskim rynku, Spółka zdobyła pozycję lidera segmentu sprzedaży *convenience*. Nasze sklepy są odwiedzane codziennie przez blisko 2 miliony klientów, a 12 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 300 m od najbliższej Żabki. W nowym formacie, wzbogaconym o szeroki wachlarz usług dodatkowych, funkcjonuje już 6000 sklepów. Nasz biznes rozwijamy odpowiedzialnie. Do filarów CSR Spółki należą: dbałość o środowisko naturalne, odpowiedzialna sprzedaż żywności, rozwój osobisty i edukacja, wsparcie lokalnych społeczności, a także dbałość o zdrowie i aktywny styl życia. Więcej informacji o sklepach Żabka na: www.zabka.pl. Więcej informacji o spółce Żabka Polska na: www.zabka.pl.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Żabka Polska
e-mail: biuro.prasowe@zabka.pl
tel. +48 514 877 509