
Pierwsza Żabka Nano otwarta w Decathlonie

Debiut sklepu autonomicznego w modelu *store-in-the-store*

W sklepie Decathlon w Piasecznie została otwarta pierwsza bezobsługowa Żabka Nano, w której klienci będą mogli zrobić szybkie zakupy bez kolejek. Sieci nawiązały współpracę, aby zapewnić klientom jeszcze większy komfort szybkich zakupów. Testowany koncept różni się od dotychczas otwieranych placówek autonomicznych Żabki innowacyjną metodą autoryzacji i płatności za zakupy, dokonywanej dzięki karcie płatniczej.

– Od czerwca br. otworzyliśmy już kilkanaście bezobsługowych placówek Żabka Nano w bardzo różnych lokalizacjach m.in. na dworcu, metrze, w centrach miast czy Międzynarodowych Targach Poznańskich. Obecnie debiutujemy z nową wersją Żabki Nano w modelu store-in-the-store. Dzięki specjalnej konstrukcji modułowej placówkę możemy uruchomić w bardzo krótkim czasie, w Piasecznie trwało to ok. doby. Pilotaż zaplanowany jest w sieci Decathlon, cieszymy się, że wspólnie możemy budować nową wartość dla klientów – mówi Tomasz Blicharski, Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Zarządzający Żabka Future.

Żabka Nano wykorzystuje innowacyjną metodę autoryzacji i płatności za zakupy, wdrożoną we współpracy z Adyen. Wstęp do placówki możliwy jest przy wykorzystaniu karty płatniczej – klient przed wejściem do Żabki Nano przykłada ją do terminala. Przy pierwszej wizycie podaje numer telefonu, na który otrzyma SMS z potwierdzenia zakupów. Po wykonaniu tej czynności, drzwi otworzą się automatycznie. Gdy klient będzie już w środku, zakupy zajmą mu tylko chwilę – wystarczy, że weźmie z półki wybrane produkty i wyjdzie. Zamontowany w Żabce Nano system kamer, wykorzystujący algorytmy m.in. machine learning, rozpozna zdjęte z półek produkty, naliczy odpowiednią kwotę, po czym automatycznie sfinalizuje płatność za pomocą wykorzystanej przy wejściu do Żabki Nano karty płatniczej. System nie identyfikuje klientów, nie zapamiętuje również obrazu, co gwarantuje pełne zachowanie prywatności i bezpieczeństwo.

– Decathlon od lat stawia na innowacje i dostosowuje się do coraz bardziej scyfryzowanego świata wdrażając nowe rozwiązania – mówi Paweł Krawczyk, Lider Ekspansji i Rozwoju w Decathlon Polska. – Pandemia i konieczność zakupów online znacząco zmieniły wymagania konsumentów, którzy bardziej niż kiedykolwiek, za pomocą różnych urządzeń, są połączeni ze światem online, a ich oczekiwania wobec wygody zakupów rosną. Innowacje są w DNA naszej firmy, dlatego tym bardziej cieszy nas udział w tym projekcie – dodaje Krawczyk.

Asortyment w Żabce Nano w Decathlonie jest dostosowany do specyfiki lokalizacji i profilu klienta. Znajdzie się w nim w sumie około 450 produktów odpowiadających na potrzeby osób, które preferują zdrowy i aktywny tryb życia. Wśród nich m.in. pożywne i zdrowe przekąski, soki i smoothie, dania gotowe czy świeżo mielona kawa z ekspresu. W czasie ograniczeń pandemicznych w Żabce Nano będzie mogła przebywać jedna osoba.

Z okazji otwarcia pierwszej bezobsługowej Żabki Nano w Decathlonie w Piasecznie obie sieci przygotowały dla swoich klientów atrakcyjne promocje. Świeżo mielona, gorąca kawa z ekspresu lub



roślinny batonik marki własnej Plant Hunter dostępne będą w atrakcyjnej cenie 1 zł. Dodatkowo, do każdego zakupu, klienci otrzymają darmową płynną przekąskę Foodini. Pierwszych 200 klientów Żabki Nano otrzyma także karty przedpłacone o wartości 50 zł na zakupy w sklepach Decathlon. Planowana jest także specjalna akcja marketingowa.

Żabka Nano została stworzona w ramach Inkubatora Biznesu Żabka Future, który łączy w sobie trzy elementy: zarządzanie i wyszukiwanie innowacji, przekazywanie ich na nowe produkty i usługi oraz ich komercjalizację. Projekt idealnie wpisuje się w strategię Grupy Żabka, która zakłada realizację działań zmierzających do utrzymania neutralności klimatycznej – Żabka Nano do swej działalności wykorzystuje wyłącznie ekwiwalent zielonej energii.

Firma Żabka Polska Sp. z o.o. jest właścicielem największej w Polsce sieci sklepów typu *convenience* liczącej ponad 7800 placówek prowadzonych przez ponad 6300 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 ponad 2,5 miliona klientów, a 12 milionów konsumentów mieszka nie dalej, niż 300 m od najbliższej Żabki. 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.

Żabka Future – to jedna z jednostek organizacyjnych, które tworzą nową strukturę zarządzania Żabki. Zespoły działające w obszarze Żabki Future odpowiadają za wyszukiwanie, tworzenie oraz rozwój narzędzi technologicznych i systemowych dla przyszłości. Obszar ten podlega Tomaszowi Blicharskiemu, Wiceprezesowi Zarządu ds. Rozwoju/EVP, Managing Director of Żabka Future.

Kontakt dla mediów:

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