



La tienda online de DIA llega ya a quince provincias de toda España

/ La compañía inaugura su canal e-commerce en tres nuevas provincias: Pamplona, Granada y Murcia.

/ Esta tienda, que incluye un surtido de más de 4.000 referencias, se ha convertido en el establecimiento más barato de la compañía

Madrid, 14 de septiembre de 2016. La tienda online de DIA llega a Pamplona, Granada y Murcia y suma ya quince regiones desde las que ofrece su servicio a más de quince millones de potenciales clientes.

Este servicio de comercio electrónico opera en puntos de toda España, específicamente en Madrid, Barcelona, Málaga, Sevilla, Córdoba, Cádiz, Bilbao, Palma, Alicante, Valencia, Huelva, Almería, Zaragoza, Pamplona, Granada y Murcia. Hasta el momento, más de 50.000 clientes han apostado ya por este nuevo canal de DIA para realizar sus compras y que supone un complemento al canal tradicional.

El perfil del comprador online de DIA es una pareja menor de 40 años, que trabaja, con hijos, que no tiene tiempo suficiente para desplazarse al supermercado, pero no quiere renunciar a los productos de DIA.

La tienda online de DIA, que incluye un surtido de más de 4.000 referencias y algunos productos más específicos que no se pueden encontrar en algunas tiendas físicas, se ha convertido en el establecimiento más barato de toda la compañía gracias a sus competitivas tarifas y descuentos promocionales.

DIA cuenta además con una aplicación gratuita desarrollada para IOS y Android con la que se puede gestionar la compra a través de los dispositivos móviles. Con esta herramienta, los clientes pueden crear su lista de la compra de su tienda habitual con surtido real, disponer de los cupones de descuento, consultar la localización del establecimiento más cercano, controlar el gasto midiendo el consumo mensual, así como conectarse a las últimas noticias de la compañía relacionadas con nuevas aperturas, promociones, etc.

Las ventas online de alimentación representan en España un 1% aproximadamente, por debajo del 5% de Francia o del 7% de Reino Unido el número

de hogares que adquiere productos de alimentación creció un 25% en el último año¹, lo que refleja que la incidencia de este canal está aumentando progresivamente.

¹ Fuente: Nielsen

