

La App de Dia celebra su primer aniversario con 5 millones de descargas y un crecimiento del 25% en las ventas

/ Dia ha incorporado en el último año nuevas funcionalidades para mejorar la experiencia de compra de sus clientes como el 'Ticket papel 0', el QR para identificar a los socios del ClubDia o iniciativas gamificadas como la 'Ruleta de la Suerte' que ayudan a ahorrar en la compra, acumulando descuentos en el monedero 'Wallet'.

/ Los datos de las compras a través de la App Dia revelan que ocho de cada diez cestas online contienen productos frescos y un 84% aplica promociones para ahorrar en su compra.

/ El cliente de la app de Dia prefiere hacer la compra a principios o finales de semana de cara a planificar sus menús o complementar su compra en tienda con productos de última hora.

26 de noviembre de 2024, Las Rozas de Madrid. Una compra rápida y accesible, en tan solo tres clics, desde el móvil. La cesta online, adquirida a través de un *smartphone*, sigue pisando fuerte entre las tendencias de consumo actuales. Los estudios del sector desvelan que **el 40% de los clientes digitales prefiere realizar su compra a través del teléfono**¹, un hábito que ha derivado en el crecimiento exponencial de las apps de las tiendas de distribución. Realizar la compra estén donde estén, incluso sin necesidad de conexión a internet, revisar los tickets digitales, modificar listas de la compra previas o consultar las promociones disponibles desde cualquier lugar, convierten la compra en una tarea rutinaria sencilla y rápida, mejorando la experiencia del cliente y adaptándose a las nuevas necesidades de los hogares.

Ante esta tendencia, Dia lanzó hace ya un año su nueva App, una **plataforma omnicanal** que permite realizar una compra completa, rápida, sencilla y económica aunando todas las ventajas personalizadas que ofrece ser socio del ClubDia, su club de fidelización. Tan solo un año después de su lanzamiento, las **ventas a través de la App de Dia han crecido un 25%** en el último año, habiendo alcanzado el hito de las **5 millones de descargas** en su primer aniversario.

Con una navegación sencilla, moderna e intuitiva, la app de Dia mejora la experiencia de compra, permitiendo acceder a un surtido de **más de 7.000 referencias**, tanto de marca Dia como de marcas de fabricante, y, al mismo tiempo, sirviendo de complemento para la compra en tienda, pues los usuarios pueden terminar cómodamente su cesta desde sus hogares y recibir allí el pedido restante.

"Las nuevas tendencias de consumo evidencian que el cliente online está en plena expansión, mostrándose cada vez más atraído por la facilidad que le ofrece el *smartphone* para realizar su compra diaria. De hecho, desde mayo de este año hasta

¹ ['VIII Observatorio de Comercio Electrónico en Alimentación'](#), elaborado por ASEDAS (junio 2024).



la fecha, nuestra App ha registrado cifras récord en ventas a través de este canal”, señala **Celia de Frutos, directora de marketing de cliente en Día**. “Este crecimiento, constante y sostenido, tiene un enorme potencial y en Día trabajamos de manera incansable para aprovechar al máximo los avances de las nuevas tecnologías con el fin de mejorar la experiencia de compra, convirtiéndola en una tarea sencilla, rápida, accesible y económica”.

Una cesta online donde cada vez hay más productos frescos y promociones

En el marco de la evolución de las tendencias de alimentación de los españoles, los productos frescos, de temporada y de proximidad han cobrado un papel protagonista en la cesta de la compra. Según los datos de la compañía, **ocho de cada diez cestas adquiridas a través de la App Día incluyen productos frescos**. Estas cifras evidencian el valor que tienen los alimentos frescos y de temporada en la dieta de los españoles.

Entre las **principales categorías de frescos** que conforman esta cesta online de la App Día, destacan las referencias de Panadería, Charcutería y quesos, Carnes, Frutas y Verduras, Aves, Pescados y Huevos. Así, el perfil tipo de cesta de la compra online de los clientes de Día incluye de media entre **10 y 15 alimentos frescos**, entre los que predominan verduras como el calabacín, los plátanos, las zanahorias o los tomates en rama, y por otro lado, la barra de pan. En paralelo, las cestas adquiridas a través de la App también suelen incluir referencias de mayor peso, un hábito de compra cada vez más habitual entre los clientes de los canales digitales. Así, el top 3 de productos comprados en la aplicación lo encabezan las **botellas de agua** en formato 1,5 y 5 litros, la **leche, semidesnatada y entera en pack de 6** y, por último, los **calabacines** por unidad.

Por otro lado, bajo el compromiso de ser un aliado para que las familias reduzcan su gasto en la cesta de la compra, Día lanzó hace 25 años el ClubDía, un club de fidelización pionero en el marco del cual ofrece promociones y ventajas exclusivas para ayudar a ahorrar a los clientes. Durante 2024, la compañía ha invertido **150 millones de euros en promociones, descuentos y ofertas personalizadas** para los clientes Día, que pueden acumular muchos de ellos en el monedero **'Wallet'** (monedero electrónico) para canjear en tienda física y online. Las cifras registradas muestran que este apoyo al bolsillo de los hogares es aplaudido entre los clientes: del total de compras registradas a través de la App, el 84% de las cestas aplican alguna promoción, oferta o cupón personalizado.

Además, gracias a su **programa de alianzas con empresas líderes**, contratando los servicios de partners como Endesa, Mapfre, Galp, Securitas Direct, Avis, Legálitas o Parques Reunidos, los clientes del ClubDía pueden ahorrar hasta 500 euros en sus compras anuales.

Compra planificada y complementaria, más popular entre los jóvenes

Los últimos informes de tendencias del sector evidencian que la gran mayoría de los consumidores online utiliza algún tipo de lista en su canal de compra habitual². Ante este hábito, Día permite al cliente planificar su compra, constituyendo una auténtica plataforma omnicanal en la que es posible consultar en tiempo real los productos, el folleto, todos los tickets y facturas e incluso repetir pedidos o modificar una lista de la compra interactiva.

² Webinar [‘E-commerce: Visión actual y demandas del shopper’](#) de AECOC Shopperview (mayo 2024).



Esta funcionalidad motiva a los clientes a realizar su compra a comienzos de semana, con un repunte de pedidos a través de la App en los días **lunes**, mientras que los **viernes** registran un incremento de los pedidos por su proximidad al fin de semana, con especial protagonismo de las referencias de **Bebidas y refrescos** con y sin gas, **Snacks y aperitivos**, o **productos antojo** como helados, postres, bollería industrial o golosinas.

Por otro lado, atendiendo al **perfil del cliente** que realiza su compra a través de la App Día, se observa que más de la mitad de los usuarios habituales tienen entre **18 y 45 años**, y más del 70% residen en **grandes ciudades** como Madrid, Barcelona o Sevilla.

Una App más tecnológica, innovadora y con foco en la sostenibilidad

Bajo la premisa de ofrecer innovación constante ante las nuevas tendencias y hábitos del consumidor, Día centra sus esfuerzos en mejorar la experiencia de compra digital a través de todos sus canales, atendiendo a las demandas de sus clientes para llegar donde otros no llegan con productos de máxima calidad a precios asequibles. Desde su lanzamiento la App cuenta con un motor de búsqueda mejorado, apoyándose en el 'Machine Learning' para habilitar la búsqueda inteligente y por voz o un buscador de tiendas que funciona por geolocalización.

Entre las nuevas funcionalidades de la App, se ha implementado la opción de **'Ticket papel 0'**, apoyando a los clientes en su misión de tener hábitos de consumo más sostenibles con la incorporación de los tickets digitales. En paralelo, conscientes del valor de la rapidez y eficacia en la compra online, la compañía pone a disposición de sus clientes múltiples opciones de entrega a domicilio, entre ellas la opción de **envíos "ecofriendly"**, con rutas optimizadas y menos contaminantes.

Por otro lado, bajo el compromiso de ser un aliado para el ahorro de las familias, el pasado abril la compañía puso en marcha la **Ruleta de la Suerte**, un juego semanal disponible en la app combina diversión y digitalización y garantiza a los clientes premios en forma de descuentos exclusivos y productos de regalo para canjear tanto en tienda física como a través de dia.es. Desde su lanzamiento se han repartido cerca de 3 millones de premios, entre los que se encuentran regalos de productos y atractivos descuentos en categorías de la Nueva Calidad Día, además de premios económicos que se ponen a disposición de los clientes en su monedero de la app para posteriores compras. Asimismo, la compañía apuesta firmemente por la gamificación y trabaja para seguir ampliando su oferta de juegos y retos que conviertan la compra en una tarea divertida al tiempo que ayudan a las familias a reducir su gasto en la cesta de la compra.

Por último, Día ha habilitado la **herramienta QR** para identificar al cliente como miembro del ClubDía, una funcionalidad disponible sin necesidad de conexión a internet que facilita el acceso a todas las ventajas que tiene ser socio de este club de fidelización.

Sobre Grupo Día

Cada día más cerca

Somos Grupo Día, la red líder de tiendas de proximidad con más de 3.300 establecimientos en España y Argentina. Somos la tienda del barrio, la que facilita una experiencia de compra fácil, rápida y completa, cerca de casa y con productos de gran calidad a un precio asequible, tanto en nuestras tiendas físicas como en nuestro canal online.



Nuestra primera tienda Día abrió sus puertas en Madrid en 1979. Hoy, cuatro décadas después, con la proximidad como fortaleza y la diversidad como bandera, las más de 17.000 personas que forman nuestro equipo en tiendas, almacenes y oficinas, y las 15.000 de nuestra red de franquiciados se mueven por un mismo propósito: estar cada día más cerca para ofrecer gran calidad al alcance de todos. Juntos, hemos construido una compañía que cotiza en la bolsa de España desde 2011 y que logró una facturación de 6.759 millones en 2023.

Para lograr nuestro propósito, nos apoyamos en una sólida red de proveedores, realizando el 96% de nuestras compras de manera local. Esto nos permite ofrecer a nuestros cerca de 10 millones de clientes fidelizados una alimentación accesible y al alcance de todos, con un surtido completo, una clara apuesta por los productos frescos y locales y una marca Día de la máxima calidad.

www.dia.es

#CadaDiaMasCerca

LinkedIn: [Día España](#)

Twitter: [@Dia_Esp](#)

Para más información:

Día España

Raquel González
raquel.gonzalez.rodriguez@diagroup.com
+34 655712890

Comunicación Día España

comunicacion@diagroup.com

