

## **Omnicanalidad: así es como Grupo Éxito, a través de la innovación, integra lo mejor del mundo físico y virtual**

La omnicanalidad, es la estrategia de Grupo Éxito, con la que se integran los canales virtuales como lo son: [exito.com](http://exito.com), [carulla.com](http://carulla.com), apps Éxito y Carulla, domicilios Éxito, Carulla y Super Inter.

Grupo Éxito busca brindar un ecosistema de compras completo, a través de diferentes innovaciones, algunas de ellas son: alianza de Éxito y Carulla con Rappi, tecnologías como Éxito Atendido; sin filas dentro de las tiendas Éxito, Carulla, Surtimax, Surtimayorista y Super Inter al igual que Compra & Recoge a través de WhatsApp de todas las marcas.



***“Sabemos que la experiencia de compra virtual no riñe con la tradicional, nuestros clientes adquieren sus productos de las dos formas; por eso integramos esos dos universos, el físico y el virtual y así, nuestros clientes pueden elegir el punto de contacto de su preferencia. Además, con equipos que generan proyectos creativos basados en datos que mejoran la planeación de cómo llegar a las audiencias.***

***Trabajamos con startups como Rappi, que permiten acelerar la implementación de nueva tecnología mejorando nuestros tiempos de entrega en menos de 10 minutos y aprovechamos la inteligencia artificial para facilitarles la vida a nuestros clientes”***, expuso Jose Gabriel Loaiza, vicepresidente de omnicanalidad e innovación de Grupo Éxito.

La participación de las ventas a través de canales de comercio electrónico y directo se mantiene en doble dígito, 11,8%, la compañía continúa fortaleciendo su apuesta por la última milla y crece permanentemente en despachos a domicilio.