**Sklep internetowy Bee.pl wysłał milionowe zamówienie**

**Sklep internetowy Bee.pl, należący do białostockiej spółki Glosel, wysłał milionowe zamówienie złożone online. Oferujący produkty spożywcze i wiele innych kategorii zakupowych sklep, osiągnął znakomitą pozycję na rynku i uznanie wśród klientów. Osoba, która złożyła to szczególne zamówienie, otrzyma przesyłkę z niespodziankami.**

**Od niszy do lidera**

Sklep internetowy Bee.pl zaczął swoją działalność w 2018 roku jako **niszowy sklep z żywnością ekologiczną i bio**. Jego założyciele - Agnieszka i Łukasz Kierusowie - pasjonaci zdrowego trybu życia, chcieli dostarczać klientom tylko najlepsze produkty, pochodzące od zaufanych producentów.

Skokowy rozwój Bee.pl zanotował w czasie pandemii, kiedy rozszerzył asortyment o najczęściej poszukiwane wówczas towary. Choć nadal koncentruje się na szerokim wyborze produktów spożywczych, rozwinął ofertę o wiele kategorii zakupowych. Na półkach sklepu znajdziemy artykuły dziecięce, zabawki, akcesoria do domu i ogrodu, środki czystości, kosmetyki (również naturalne). Od 2023 roku duży rozwój przeszła także kategoria “Dla zwierząt”.

**Obecnie Bee.pl jest niekwestionowanym liderem w sprzedaży napojów roślinnych oraz produktów ekologicznych** na rynku e-commerce. Oferuje około 5 tysięcy artykułów z kategorii “żywność bio” i “zdrowa żywność” dostępnych od ręki.

*“Nasi klienci uważają Bee.pl za zaufane miejsce zakupu, oferujące bogaty asortyment, szybką dostawę i atrakcyjne ceny. Naszą najpopularniejszą kategorią są napoje roślinne, w której nie mamy sobie równych na rynku e-commerce, a także jesteśmy jednym z największych odbiorców i sprzedawców tych produktów w Polsce. Co miesiąc sprzedajemy około 100 tys. litrów napojów roślinnych - alternatyw mleka krowiego”* - podkreśla Sławomir Siergiejczyk - dyrektor handlowy Bee.pl.

**Zadowolenie klientów to priorytet dla Bee.pl**

Bee.pl stawia na zadowolenie klientów, oferując im szybką i bezpieczną dostawę, atrakcyjne ceny i wiele promocji, a także profesjonalną obsługę. Misją Bee.pl jest wsparcie klientów w zdrowych wyborach i oszczędzanie im czasu na zakupach, by mieli go więcej dla siebie i najbliższych.

*“Milionowe zamówienie to dla nas sukces i dowód na to, że nasze działania marketingowe przynoszą efekty. Milionowe zamówienie to także impuls do dalszego rozwoju naszej marki i oferty. Chcemy być liderem na rynku e-grocery w Polsce i oferować naszym klientom najlepsze produkty i usługi. Dlatego ciągle analizujemy rynek, badamy potrzeby klientów, wprowadzamy nowe funkcjonalności na naszej stronie, oferujemy atrakcyjne promocje, a także poszerzamy nasz asortyment i nawiązujemy nowe współprace. Jesteśmy przekonani, że dzięki temu będziemy mogli osiągnąć kolejne miliony zamówień i zadowolić kolejnych klientów*” - mówi Joanna Bruszewska - kierownik marketingu Bee.pl i TaniaKsiazka.pl.

**Prezent dla osoby, która złożyła milionowe zamówienie**

Milionowe zamówienie zostało złożone w poniedziałek 28 sierpnia i już dotarło do klientki.

*“Możemy zdradzić, że jest to mieszkanka Wielkopolski, która jest nasza klientką od 2020 roku i dokonała w tym czasie kilkunastu transakcji. Często kupuje napoje roślinne, żywność bezglutenową, naturalne herbaty i suszone owoce. Klienci są dla nas bardzo ważni, więc chcemy uczcić tę okazję razem z osobą, która złożyła to wyjątkowe zamówienie. Otrzyma od nas specjalną paczkę z prezentami, gdzie znajdzie trochę smakołyków, zestaw kosmetyków naturalnych, książki, a także gadżety z naszym logo i bon na zakupy”* - mówi Joanna Bruszewska.

**Nowa strategia na 5-lecie**

Od piątych urodzin, które Bee.pl obchodziło na początku sierpnia, marka posługuje się claimem **“Żyj leepiej, kupuj mądrzeej!”**, który podwójnym “ee” nawiązuje do nazwy sklepu.

*“Nasz cel to wspieranie klientów w zdrowych wyborach i oszczędzanie im czasu na zakupach. Dobieramy asortyment w taki sposób, aby klient mógł zrobić lepsze, przemyślane zakupy do domu i jego otoczenia w jednym miejscu, z dostawą pod drzwi lub do automatu paczkowego. Chcemy być lepszym sklepem pod różnymi względami, by faktycznie spełniać obietnicę z naszego claimu “żyj lepiej. Dzięki unikalnej komunikacji chcemy zwiększyć znajomość sklepu Bee.pl”* - mówi dyrektor handlowy Bee.pl Sławomir Siergiejczyk.

**Dbanie o środowisko - jeden z priorytetów Bee.pl**

Sklep, który posługuje się postacią pszczoły w logo, dba o wsparcie tych owadów. Na dachu biura powstała minipasieka, pracownicy zasiali też łąki kwietne. W 2022 i 2023 r. wsparcie od Bee.pl uzyskała Fundacja Ratujmy Pszczoły.

W 2020 roku w magazynie nastąpiła radykalna zmiana w sposobie pakowania zamówień i wyeliminowano materiały foliowe. Przesyłki pakowane są w biodegradowalne kartony i papier bąbelkowy. Stare kartony, w których przychodzą dostawy, przerabiane są na miejscu za pomocą specjalnej maszyny na wypełnienia paczek.

Liczne zmiany w celu ograniczenia zużycia odpadów wprowadzono też w biurach i magazynie. Pracownicy korzystają ze szklanych butelek na wodę, otrzymali też wielorazowe bawełniane torby na zakupy. Do wyboru wykonanych z ekologicznych materiałów butelek, toreb, filtrów do wody czy bawełnianych chusteczek zachęcani są również klienci sklepu.

**Nagrody Bee.pl**

W lipcu Bee.pl otrzymał Odznakę Dobrych Cen Dealavo 2023, która wyróżnia sklepy oferujące klientom wyjątkowo korzystne ceny. Aby otrzymać odznakę, sklep musi wykazać się cenami niższymi niż średnia rynkowa dla przynajmniej 70% analizowanego asortymentu.

Dyrektor handlowy Bee.pl Sławomir Siergiejczyk zdobył tytuł Dyrektora e-Commerce Roku 2022 w kategorii kategorii „FMCG/e-grocery”. To najważniejszy w Polsce konkurs dla dyrektorów i zespołów e-commerce, którego celem jest przedstawienie liderów inspirujących zespoły i rozwijających branżę e-handlu. Organizuje go Izba Gospodarki Elektronicznej (e-Izba).

