

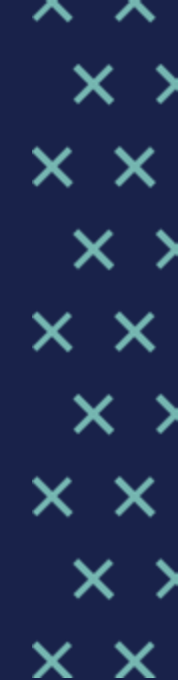
Zgłoszenie: Konkurs Dyrektor Marketingu 2024

Zuzanna Dębowska

Chief Commercial Officer w Lite e-Commerce Żabka
Jush oraz delio supermarket online



Lite
żabka group



Zuzanna Dębowska

Chief Commercial Officer, członkini zarządu w Lite e-Commerce.
Usługi: Żabka Jush oraz delio supermarket online

Managerka, która zbierała doświadczenie w takich firmach jak McKinsey czy Allegro. Ekspertka działań popartych danymi, której bliskie jest **podejście agile**. Kierowany przez nią zespół pozostaje w procesie ciągłej analizy, co pozwala na szybkie reagowanie na zmiany, dostosowanie się do nowych okoliczności.

Wykształcenie:

- Szkoła Główna Handlowa – kierunek Strategic Management.
- INSEAD – MBA na jednej z najlepszych uczelni biznesowych na świecie.
- Programy stypendialne: London School of Economics i Sorbona.

Kariera

- McKinsey: Engagement Manager (2015-2019).
- Allegro: Head of Consumer Strategy & Analytics oraz Transformation Manager (2021-2022).
- Żabka Jush i delio supermarket online: Chief Commercial Officer (2022).



Lite e-Commerce

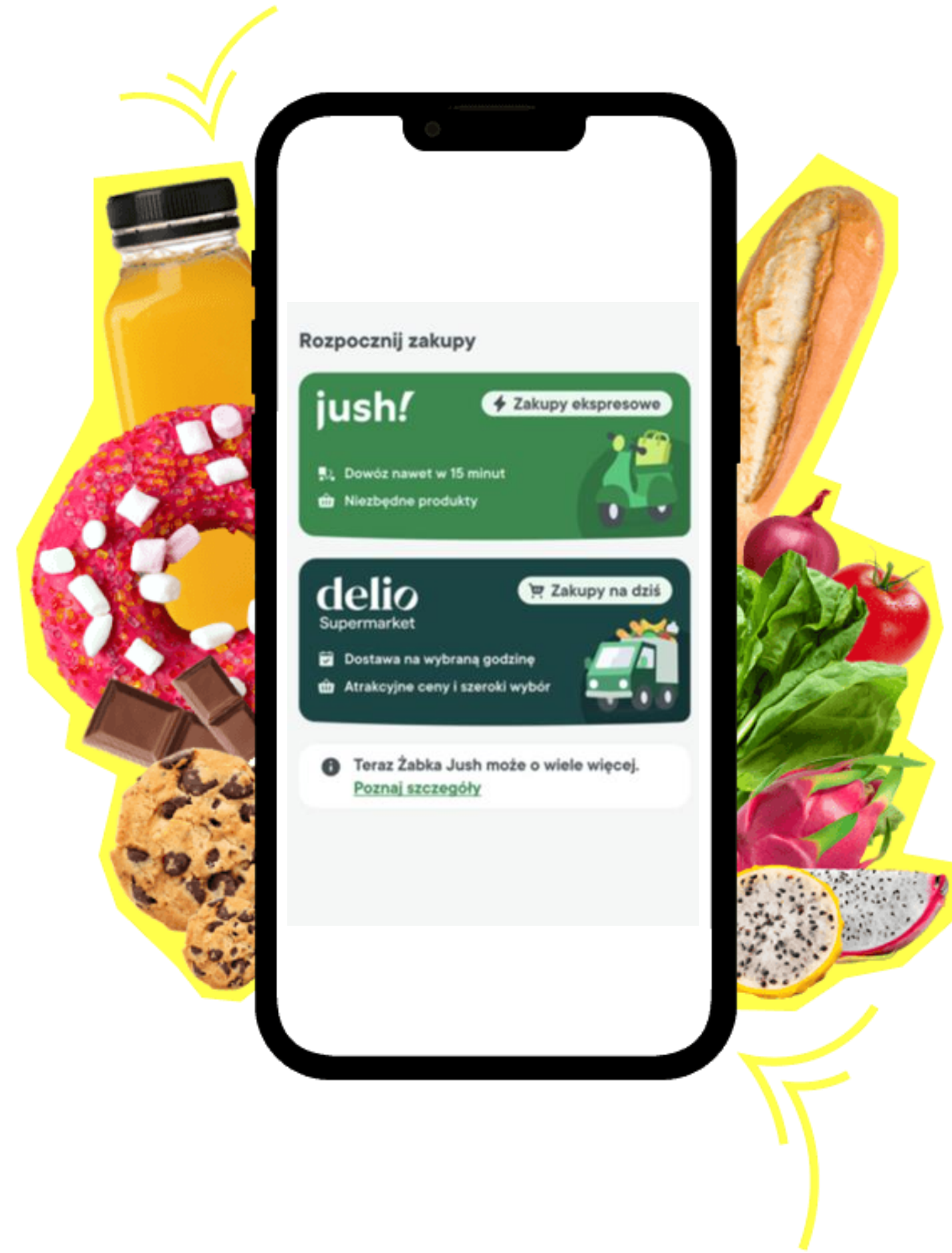
Dynamiczny start-up wchodzący w skład Grupy Żabka, który integruje ekspertów z obszarów technologii, produktu, analityki, marketingu i e-commerce.

Misją jest stworzenie zaawansowanych rozwiązań cyfrowych, które ułatwiają codzienne życie naszych klientów, czyniąc je wygodniejszym i prostszym.

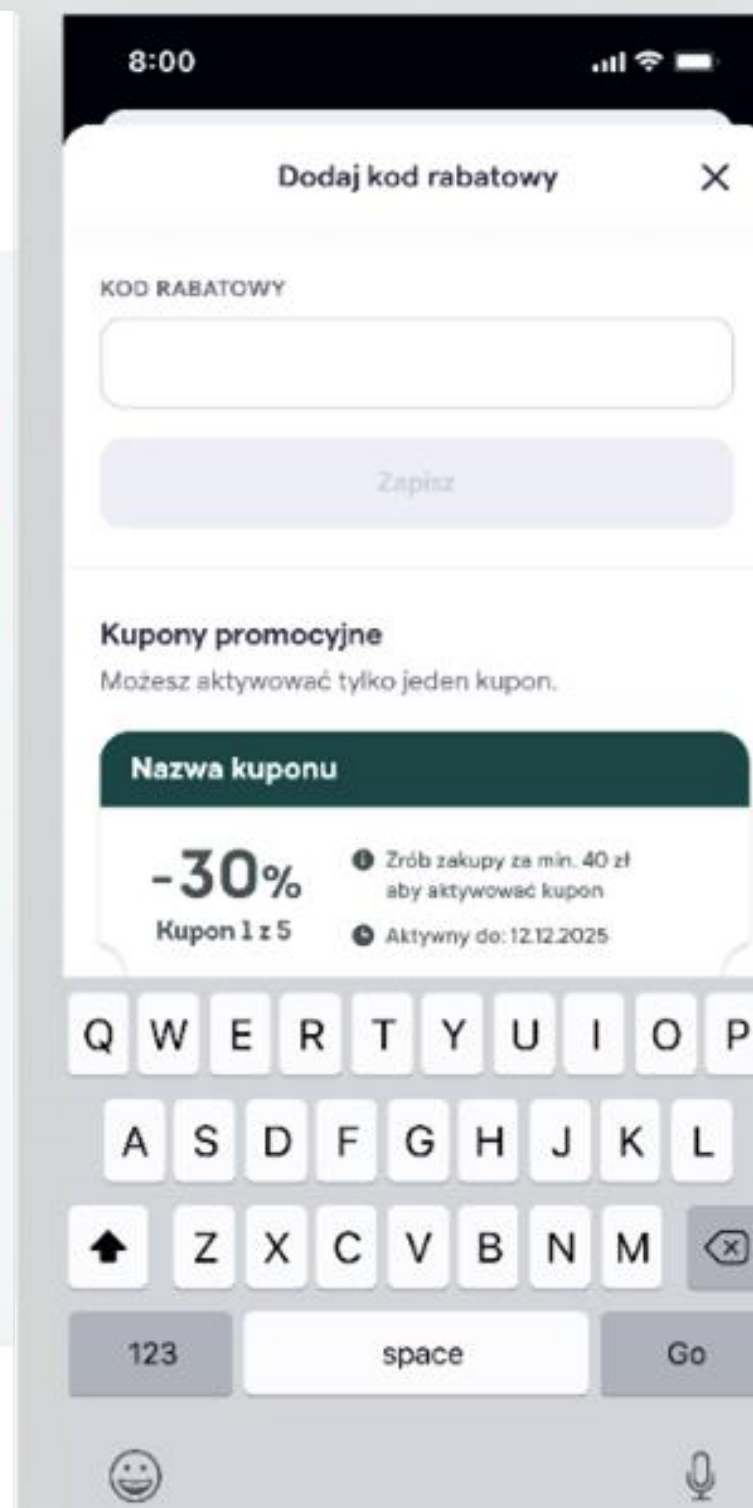
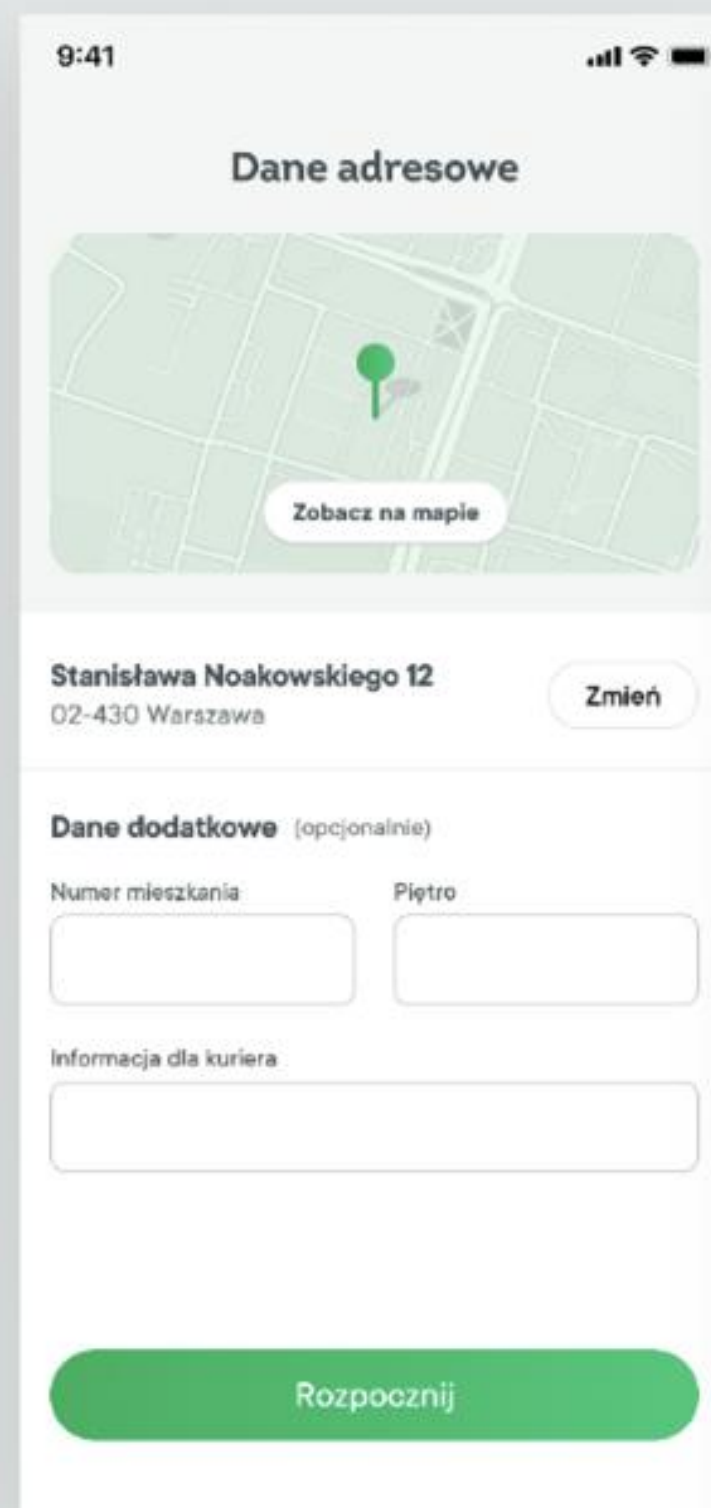
Flagowym projektem jest **aplikacja Żabka Jush**, która rewolucjonizuje zakupy. Produkt ten jest uznawany za jeden z najbardziej obiecujących filarów rozwoju **Grupy Żabka**.

W ramach jednej platformy Żabka Jush użytkownicy mają dostęp do dwóch usług:

- **Jush** oferuje ekspresowe zakupy z dostawą do domu nawet w 15 minut. Najszerszy na rynku q-commerce asortyment, wiele nowości i produktów pilotażowych.
- **delio supermarket** online to rozwiązanie na duże, kompleksowe zakupy z dostawą do domu tego samego dnia, nawet w ciągu 1h. W swojej ofercie posiada szeroki asortyment, który kompleksowo zaspokoi potrzeby domu.



Żabka Jush - aplikacja



Rola Zuzi Dębowskiej w Lite e-Commerce

Zuzia Dębowska jest w firmie od początku działalności. Przeszła pełną drogę, począwszy od planowania, a następnie tworzenia brandu Żabka Jush od podstaw, przez oficjalny launch aplikacji, aż dalszego rozwoju marki, który obecnie obserwujemy.

Odegrała i nadal odgrywa kluczową rolę w sukcesie i rozwoju Żabka Jush! Cechuje ją unikalna umiejętność łączenia strategicznego myślenia opartego na danych z kreatywnymi rozwiązaniami. Bliskie jest jej podejście agile.



Łączenie asortymentu i marketingu

W Żabce Jush Zuzia łączy funkcję szefowej marketingu oraz szefowej asortymentu, po to, by reagować na „już” jeszcze szybciej.

Dzięki temu:

- możliwe jest przygotowanie oferty najlepiej dopasowanej do potrzeb klientów
- zmniejsza dystans między asortymentem a klientem
- zmniejsza dystans między dwoma działami, które w wielu firmach pracują obok siebie, a nie ze sobą
- reaguje na zmieniające się trendy rynkowe, co pozwala częściej testować nowe produkty
- działa RTM-owo zarówno na poziomie asortymentu, jak i marketingu
- utrzymuje spójność komunikacji i oferty produktowej

Agile w organizacji

Szybkość, elastyczność, skuteczność w Żabce Jush:

- Testowanie nowych produktów w czasie rzeczywistym.
- Zwinne kampanie marketingowe dostosowane do zmieniających się potrzeb klientów.
- Szybkie wnioski z danych – od analizy po działanie.

do 

Przełomowe działania na rynku e-grocery oraz kampanie, o których mówią wszyscy.



Sukcesy strategiczne

Dynamiczny rozwój

Ostatni czas był dla Żabki Jush bardzo dynamiczny. Zanotowano:

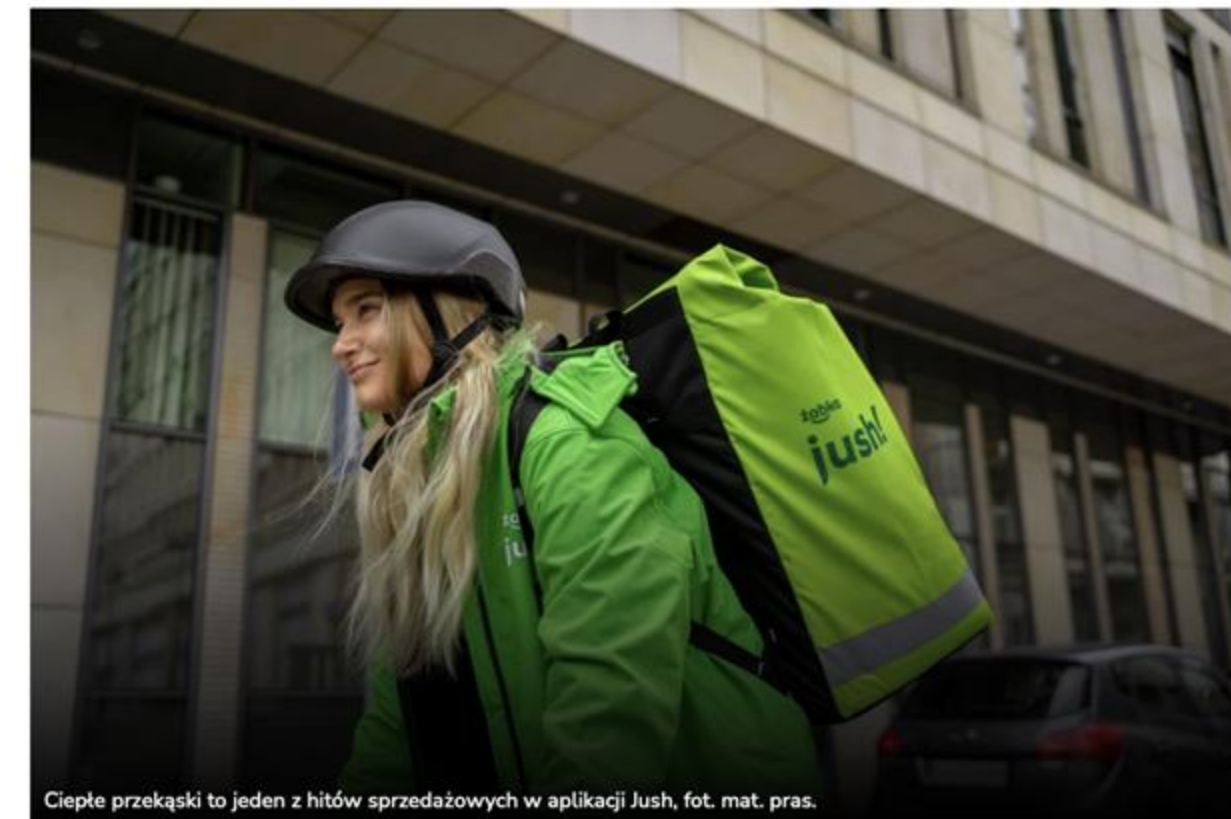
- 3x wzrost i rekordowe 880 tys. pobrań aplikacji,
- 20-procentowy wzrost wartości średniego koszyka zakupowego,
- Zwiększenie liczby aktywnych użytkowników o 70%.

Istotne dla osiągniętych rezultatów były umiejętności analizy danych w czasie rzeczywistym, które umożliwiły podejmowanie efektywnych decyzji operacyjnych. Dodatkowo wprowadzenie nowych kategorii produktów, odpowiadających na bieżące potrzeby konsumentów, przyczyniło się do dalszego rozwoju platformy i zwiększenia zaangażowania użytkowników.

Jush rośnie jak na drożdżach

Źródło: MW • Dodano: 19-03-2024, 12:27

Aplikacja Żabki Jush odnotowała w 2023 roku wzrosty w kluczowych obszarach. Firma urosła trzykrotnie, a z jej usług skorzystała rekordowa liczba klientów. Jednym z czynników przesądającym o sukcesie jest większa niż w przeciętnej usłudze q-commerce oferta.



Ciepłe przekąski to jeden z hitów sprzedażowych w aplikacji Jush, fot. mat. pras.

Zanotowany w tym roku wzrost liczby klientów, zamówień, a także wartość koszyka zakupowego, pokazują, że Polacy coraz chętniej korzystają z naszej usługi. Ciężka praca całego zespołu, przynosi efekty. Nie spoczywamy jednak na laurach i stawiamy sobie ambitne cele na nadchodzące dwanaście miesięcy - **dodaje Zuzia.**

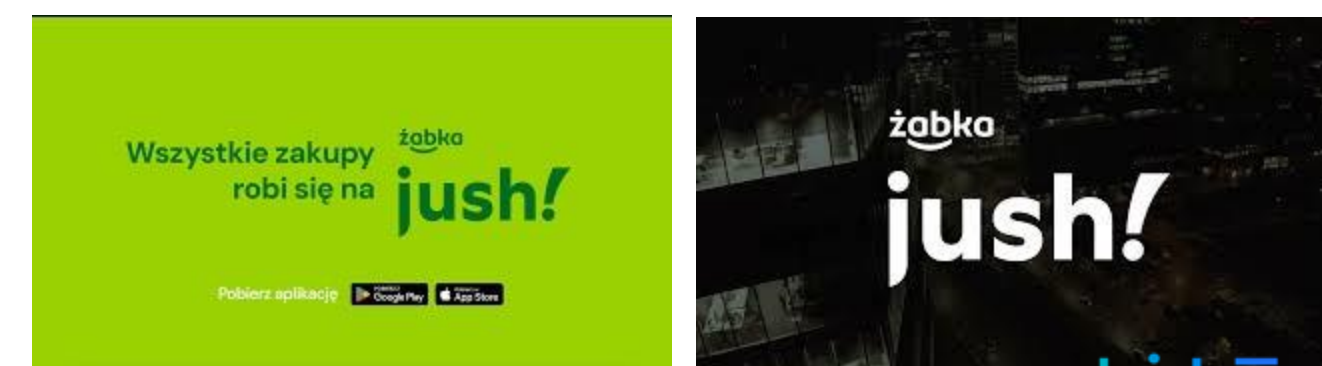
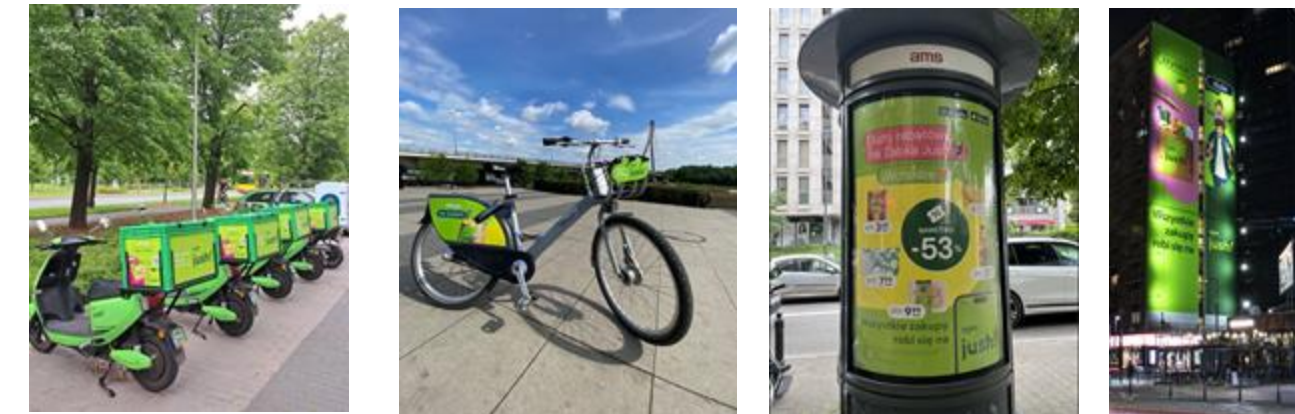
Przełomowy moment w rozwoju firmy

W maju 2024 zintegrowano usługi **Jush** (szybkie zakupy) i **delio supermarket** (duże zakupy) w jedną aplikację - **Żabka Jush**, umożliwiając realizację wszystkich misji zakupowych w jednym miejscu. To jedyne takie rozwiązanie na polskim rynku e-grocery, odpowiadający na zmieniające się potrzeby i oczekiwania klientów. Dzięki optymalizacji procesów zwiększono wygodę użytkowników i wydajność operacyjną.

Proces **integracji** oraz przygotowanie **największej kampanii w historii** Lite e-Commerce wymagały ścisłej współpracy między zespołami marketingu, asortymentu i technologii. Kluczowe dla sukcesu były umiejętności zarządzania Zuzi, które pozwoliły skutecznie skoordynować te działania.

Kampania wykorzystwała różnorodne kanały: OOH, digital, niestandardowe formaty, aktywacje, działania PR oraz influencer marketing, wyznaczając nową jakość na rynku i stanowiąc **istotny krok w rozwoju oferty**.

Kampania dotarła do ponad **8 mln odbiorców**, w **Warszawie** udało się uzyskać zasięg na poziomie **80% TG**, natomiast w **Krakowie 75%**.



Nagroda Blix Awards

Pod przewodnictwem Zuzi platforma Lite e-Commerce została uznana za **Innowacyjną Sieć Roku** w kategorii głównej **E-GROCERY**. To wyróżnienie przyznano w ramach Blix Awards 2024 **na podstawie głosów klientów**.

Strategiczne zarządzanie asortymentem i marketingiem wpłynęło na wyróżnienie marki na tle konkurencji, co potwierdza uznanie szerokiego grona konsumentów.

Nagrody stanowią dowód innowacyjności i jakości oferowanych usług oraz motywację do dalszego rozwoju.



Nagroda główna w grupie E-GROCERY!

Nagrody Fintech Awards

Rada Programowa Fintech Awards **dwukrotnie** wyróżniła Żabkę Jush.

W 2021 r. po zaledwie roku działalności, Żabka Jush została uznana **najlepszym innowacyjnym rozwiązaniem w kategoriach e-commerce.**

Z kolei na 2023 r. przypadło zwycięstwo w kategorii e-commerce **za pierwszą dostawę dronem na polskim rynku q-commerce.**



Innowacyjne kampanie & asortyment [ZA 2024]

Autonomiczna dostawa DarJush

Pod kierownictwem Zuzi, zespół opracował innowacyjny projekt dostaw autonomicznym robotem który wprowadził Żabkę Jush. Był to kolejny innowacyjny sposób na dostawę, po przeprowadzonej rok wcześniej dostawie dronem.

W ścisłej współpracy z działami technologicznymi zespół opracował i przetestował zaawansowane rozwiązania logistyczne, wyróżniające się na rynku swoją nowatorskością. Projekt ten nie tylko usprawnił procesy dostaw i przyczynił się do dalszego rozwoju platformy, ale także wzbudził ogromne zainteresowanie w mediach i przestrzeni internetowej. Dzięki swojej innowacyjności i atrakcyjnej formie stał się viralowym wydarzeniem.

Rekordowy materiał w social mediach został wyświetlony **1,6 mln razy** (bez wsparcia mediowego) Materiał pojawił się w **63 publikacjach PR**.

Był Kerfuś, przyszedł czas na Darjusha. Jest uroczy i zaczepia ludzi



Rafał Kowalczyk • Dodano: 07-06-2024, 09:43 • Aktualizacja: 10-06-2024, 08:49

W mediach społecznościowych pojawił się filmik przedstawiający dostawczego robota Żabki - Darjusha. W filmie widać, jak robot przemierza ulicę Krakowskiego Przedmieścia w Warszawie, inicjując interakcje z przechodniami. Dodatkowo zachęca on do skorzystania z kodu zniżkowego na zakupy w Żabce Jush.



Sezonowe szparagi prosto z pola

Żabka Jush, będąc blisko lokalnych dostawców i celebrując sezonowość produktów, wprowadziła do swojej oferty szparagi prosto z pola, współpracując z Panem Cezarym Czaplą, rolnikiem, który uprawia te rośliny specjalnie dla aplikacji.

Pojawieniu się produktu towarzyszyła viralowa kampania, w której kluczową rolę odegrała 30-sekundowa piosenka oraz klip z procesu zbierania szparagów, stworzony przez duet Franek Warzywa i Młody Budda. Piosenka organicznie została wyświetlona ponad **100 000 razy**.

W ramach projektu zespół marketingu i asortymentu współpracował z Panem Cezarym Czaplą oraz koordynował działania promujące produkt, co miało na celu podkreślenie unikalności oferty i zaangażowanie klientów w sezonowe zakupy. W wyniku aktywacji szparagi znalazły się w **na drugim miejscu sprzedaży** w kategorii warzywa i owoce.

Do odsłuchania: [TUTAJ](#)



Słodkości z MUUS w 15 minut

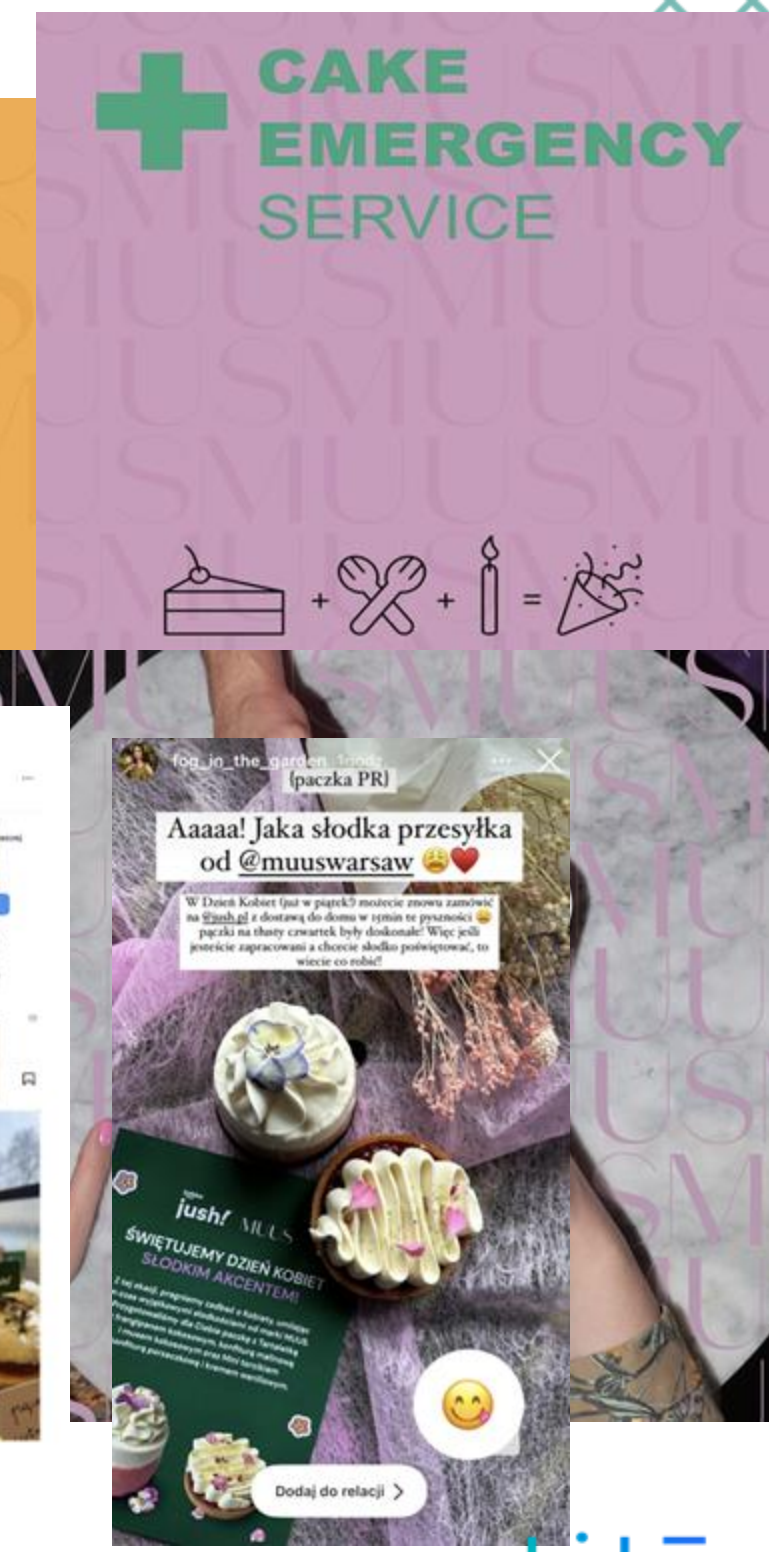
W 2024 r. w Żabce Jush zadebiutowała cukiernia premium MUUS.

Klienci mogą zamówić ulubione słodkości przez aplikację z dostawą w zaledwie **15 minut na terenie całej Warszawy**. Wcześniej produkty dostępne były tylko w dwóch punktach stacjonarnych MUUS.

Współpraca rozpoczęła się przy okazji tłustego czwartku poprzez konkurs na jushowy smak pączka. Ten trafił później do oferty i pobił rekord sprzedaży. **Szacowany zasięg akcji influencerskiej - 4 mln.**

Kolejna aktywacja na dzień kobiet bezkosztowo uzyskała około 1,6 mln zasięgu. Aktualnie trwa działanie o nazwie Cake Issues.

Ta świetnie rozwijająca się współpraca, która doskonale wpisuje się w lokalne oczekiwania, mogła dojść do skutku dzięki kreatywnemu podejściu do asortymentu, jakie prezentuje Żabka Jush pod przewodnictwem Zuzi.



Zaangażowanie autentycznego twórcy

Wyjątkowa współpraca z popularnym grafikiem i influencerem włodim4444, która zaowocowała limitowaną edycją wycieraczek wejściowych z hasłami związanymi z marką.

Kampania osiągnęła łączny zasięg szacowany na **1,2-1,3 mln osób**, obejmując media społecznościowe, PR oraz wysyłkę prasową. Wycieraczki były dostępne w aplikacji i sprzedawały się w ekspresowym tempie. Współpraca spotkała się również z pozytywnym odbiorem wśród dostawców, z którymi współpracuje dział asortymentu.

Zuzia w swoich działaniach chętnie podejmuje rozmowy i wspólnie tworzy kreatywne projekty, które łączą unikalne pomysły z innowacyjnym podejściem do promocji.



Alternatywa dla alkoholu

W odpowiedzi na rosnące zainteresowanie konsumentów, w tym pokoleń Gen Z i millenialsów, Żabka Jush wprowadziła do swojej oferty w Warszawie i Krakowie szeroką gamę produktów bezalkoholowych.

Premiksiy, wina, gin, piwa i inne alternatywy zostały starannie dobrane z myślą o osobach poszukujących nowoczesnych, bezalkoholowych opcji na różne okazje. Żabka Jush nie tylko odpowiada na potrzeby klientów, ale także aktywnie wyszukuje przedsiębiorców, którzy zdecydowali się wejść na rynek bezalkoholowych produktów premium. **Dzięki temu produkty Joanny Banaszewskiej znalazły się w ofercie Żabki Jush jako jednego z pierwszych sklepów, wprowadzając konsumentów w świat innowacyjnych alternatyw.** Zuzia, analizując dane rynkowe i preferencje klientów, zaproponowała rozwiązania, które łączą unikalność oferty z wygodą szybkich zakupów.



Ekspansja oferty i wizerunku

Podsumowanie 2024:

- Głębokie połączenie dwóch usług (Jush i delio supermarket) w jedną aplikację Żabka Jush. Przełomowy proces i rozwiązanie na rynku.
- Dwie duże kampanie 360, w tym jedna największa w historii firmy. Dodatkowo kolejna kampani pure digital.
 - Wzrost zamówień, bazy klientów i średniej wartości koszyka.
 - Uznanie publiczności i branży: nagrody BLIX Awards, Fintech Awards.
- Innowacyjny asortyment: bogata oferta alternatywy dla alkoholu, współpraca z cukiernią Muus czy szparagi prosto z pola w dostawie.
- Oryginalne, angażujące kampanie: współpraca z Panem Czarkiem rolnikiem, Frankiem Warzywa i Młodym Buddą; wycieraczki Włodiego.
 - Kolejny milestone na horyzoncie - 1 mln pobrania aplikacji.

Liderka najbardziej innowacyjnego e-commerce

Wizja, odwaga i zdolność do integrowania zespołów, jaką cechuje się Zuzia, pozwoliły Lite e-Commerce nie tylko wyprzedzać trendy, trafnie odpowiadając na potrzeby klientów. Dzięki strategicznemu podejściu do marketingu i zarządzania asortymentem Zuzia stworzyła unikalne połączenie technologii, innowacji i zrozumienia konsumenta w świecie e-commerce.

Pod jej przewodnictwem Lite e-Commerce stało się synonimem wygody, jakości i innowacji na polskim rynku e-commerce. To właśnie takie osoby jak Zuzia nadają kierunek całej branży, wyznaczając nowe standardy, które inspirują innych. Jej sukces to sukces klientów, zespołów i organizacji – dowód na to, że ambitna wizja i konsekwentne działanie mogą zmieniać branżę.



Dziękujemy!

Lite
żabka group