



Media Expert zwyciężył w pierwszej polskiej edycji międzynarodowego programu Best Brands Awards w kategorii Best Omnichannel Brand.

Best Brands Awards to w pełni niezależny ranking wyłaniający najsilniejsze marki na polskim rynku wyłącznie na podstawie dwóch wskaźników - faktycznych danych rynkowych oraz więzi i relacji marki z konsumentem. Choć w Polsce nagrody w rankingu przyznane zostały po raz pierwszy, w wielu krajach Europy trafiają do najbardziej cenionych przez konsumentów firm już od 18 lat. Organizatorem rankingu w naszym kraju są Group One i GfK Polonia.

W opinii ponad 5 tys. respondentów badania, to właśnie sieć Media Expert najsukuteczniej łączy funkcjonalność sprzedaży i komunikacji w przestrzeni offline i online.

Silna pozycja Media Expert w kategorii omnichannel to efekt wieloletnich inwestycji oraz uważnego obserwowania trendów. Z jednej strony sieć wciąż powiększa liczbę elektromarketów – jest ich już 550 w ponad 330 miastach, z drugiej intensywnie rozwija funkcjonalność sklepu internetowego oraz system logistyki dostaw.

Na początku września zakończono m.in. budowę centrum logistycznego dla dystrybucji krajowej pod Łodzią, obejmującego powierzchnię aż 230 tys. mkw. w Central European Logistics Hub.

„Pandemia bezpośrednio przełożyła się na wzrosty udziału kanału e-commerce w ogólnej sprzedaży, ale Media Expert

*jeszcze przed jej rozpoczęciem wdrażał innowacyjne projekty logistyczne, pozwalające na automatyzację i niezawodność dostaw w obu kanałach dystrybucji. Dzięki tym właśnie działaniom efektywnie odpowiadamy na potrzeby i oczekiwania klientów, a także zmiany w trendach i wzmocnienie komplementarności sprzedaży w retail i omnichannel” – mówi **Michał Mystkowski**, rzecznik prasowy Media Expert.*

MediaExpert.pl jest w ścisłej czołówce najchętniej odwiedzanych sklepów internetowych, witrynę miesięcznie odwiedza ponad 11 mln internautów. Elektromarkety Media Expert obsługują rocznie ok. 70 mln klientów.

Media Expert

[press box](#)