**Kawa, która się nie kończy - Tchibo wprowadziło subskrypcję dla kawoszy**

Warszawa, 27 maja 2024 – **Tchibo wprowadziło na polski rynek innowacyjną usługę subskrypcji kawy. To odpowiedź na potrzeby współczesnych konsumentów, ceniących wygodę i najwyższą jakość. Subskrypcja zapewnia stały dostęp do ulubionej kawy, zamawianej bezpośrednio do domu, z możliwością personalizacji dostaw. Rozwiązanie sprawdziło się już m.in. na rynku niemieckim.**

W dzisiejszym zabieganym świecie, poranna kawa to dla wielu z nas chwila, bez której trudno wyobrazić sobie udany dzień - nie tylko budzi nas do życia, ale również stanowi ważny element codziennego rytuału, dodającego nam sił i pozytywnej energii. Aby ułatwić jej miłośnikom dostęp do ich ulubionego napoju, Tchibo wprowadziło usługę subskrypcji, dzięki której świeżo palona kawa jest zawsze pod ręką, bez potrzeby pamiętania o regularnych zakupach.

*- Subskrypcje na dobre zagościły w naszym życiu. Korzystamy z nich coraz częściej i chętniej. Będąc jednym z największych producentów kawy, zadaliśmy sobie pytanie: w czym tkwi sekret tego mechanizmu? Odpowiedź jest prosta: ułatwia on codzienne funkcjonowanie i pozwala zaoszczędzić nasz czas, a w przypadku naszej kawowej subskrypcji również pieniądze*  – tłumaczy Paulina Iwaszko, kierowniczka ds. PR, CSR i komunikacji korporacyjnej w Tchibo Warszawa Sp. z o.o. – *Dzięki temu rozwiązaniu nasi klienci mogą wykreślić kawę z listy regularnych zakupów, a jednocześnie nie muszą się martwić, że im jej zabraknie w kluczowym momencie. Gwarantujemy zawsze terminową dostawę pod same drzwi. Tchibo to nie tylko świetnej jakości kawa. To kawa, która się nie kończy* – dodaje.

**Wygodniej, taniej i zawsze na czas**

Proces subskrypcji Tchibo jest prosty i intuicyjny. Klienci mogą wybrać swoje ulubione produkty kawowe spośród wariantów ziarnistych, mielonych i kapsułek Cafissimo oraz ustalić częstotliwość ich dostaw. Te, w zależności ilości wypijanej kawy, mogą być realizowane nawet co 2 tygodnie, ale i odpowiednio rzadziej – nawet z odstępem do 3 miesięcy. Co ważne, subskrybenci mogą zaoszczędzić nawet do 33% w porównaniu z regularnymi cenami detalicznymi kawy, a przy zamówieniach od 100 zł nie płacą za dostawę. Dodatkowo, każdy klient może w dowolnym momencie edytować swoje preferencje lub zrezygnować z usługi. Wszystko zarządzane jest z poziomu strony internetowej – dedykowanej zakładki na www.tchibo.pl

Oprócz standardowej oferty subskrypcyjnej z kawą w roli głównej, Tchibo proponuje również możliwość subskrypcji z ekspresem do kawy, który w ramach usługi dostępny jest w promocyjnej cenie.

**Tchibo stawia mocno na kawę**

Wprowadzenie oferty subskrypcji to kolejna modyfikacja Tchibo wprowadzona w ostatnich tygodniach. Wcześniej firma informowała między innymi o zmianie koncepcji w swoich lokalach – m.in. w King Cross Marcelin w Poznaniu oraz CH Plaza w Toruniu. Powiększona została w nich przestrzeń kawiarniana, co podkreśla m.in. zwrot marki w stronę kawowego dziedzictwa.

**Główne korzyści płynące z subskrypcji to:**

* Oszczędność czasu i pieniędzy – brak konieczności regularnych zakupów i atrakcyjne rabaty.
* Dostosowanie do potrzeb – możliwość wyboru częstotliwości dostaw.
* Komfort i wygoda – bezpośrednia dostawa do domu.
* Wysoka jakość – gwarancja świeżości i doskonałego smaku kawy Tchibo.

Kontakt dla mediów:

Paulina Iwaszko, kierowniczka ds. PR, CSR i komunikacji korporacyjnej w Tchibo Warszawa Sp. z o.o.

Tel: +48 609 043 207, e-mail: pr@tchibo.pl

www.tchibo.pl

www.tchibo.com/pl

www.tchiboblog.pl

O Tchibo:

Tchibo Warszawa Sp. z o.o. to spółka zależna Tchibo GmbH. Tchibo to wyjątkowy model biznesowy, łączący profesjonalną wiedzę o kawie ze sprzedażą innowacyjnych kolekcji użytkowych, oferowanych w sklepach stacjonarnych oraz w sklepie internetowym. W ośmiu krajach Tchibo prowadzi łącznie około 900 sklepów stacjonarnych, około 24 200 dedykowanych sekcji w innych sieciach oraz sklepy internetowe. W 2022 roku Tchibo wraz z 11 318 pracownikami na całym świecie wygenerowało przychody w wysokości 3,25 mld euro. Firma jest liderem rynku kawy palonej w Austrii, Czechach, Niemczech i na Węgrzech oraz jedną z wiodących firm e-commerce w Europie.

Tchibo to firma rodzinna, założona w Hamburgu w 1949 roku. Zrównoważony rozwój jest nieodłącznym elementem jej strategii biznesowej, co przełożyło się na wiele nagród, między innymi nagrodę za Etykę Korporacyjną, Nagrodę Logistyki Środowiskowej w 2012 roku oraz nagrodę CSR rządu federalnego Niemiec w 2013 roku. W 2016 roku Tchibo zostało nagrodzone w Niemczech jako najbardziej zrównoważone duże przedsiębiorstwo.