Od odrębnych organizacji do ujednoliconej jakości: Transformacja cyfrowa sprzedaży własnej Allegro | Deloitte Polska

Tytuł: Transformacja cyfrowa sprzedaży własnej Allegro w czterech krajach
Firma: Allegro, z Deloitte

Kontekst i wyzwanie
Allegro to przede wszystkim marketplace, ale od 2015 r. rozwija też sprzedaż własną (1P), wartą w Polsce ok. 600 mln zł w 2025 r. Na przełomie 2021 i 2022 r. kupiło biznes 1P Grupy Mall w Czechach, na Słowacji i na Węgrzech. Poszczególne oddziały rozwijały się niezależnie, korzystając z rozwiązań dostosowanych do specyfiki lokalnych rynków – w tym z trzech systemów ERP, odrębnych procesów i własnych magazynów. Wyzwaniem była unifikacja procesów w CEE w oparciu o polski model i budowa nowoczesnego ekosystemu IT. Ma on umożliwić dalszy wzrost innowacyjności i rozwój, w tym szersze wykorzystanie AI, automatyzacji i analityki do usprawniania procesów decyzyjnych, optymalizacji operacji oraz zwiększania satysfakcji i jakości obsługi klientów. Transformacja przeniosła sprawdzony polski model operacyjny Allegro na inne rynki, tworząc jedną skalowalną platformę dla dalszego wzrostu biznesu.

Co wdrożono
Pierwszy etap transformacji zespół Allegro i Deloitte zrealizował w zaledwie pięć miesięcy (luty–czerwiec 2025). W tym czasie sklepy Mall zostały przeniesione na lokalne platformy Allegro, a model logistyczny przeszedł reorganizację. Ujednolicono procesy w oparciu o rozwiązania sprawdzone na polskim rynku oraz sfinalizowano konsolidację trzech systemów ERP w jeden. Zespoły z czterech krajów zintegrowano w ramach wspólnej struktury, tworząc międzynarodowe centra kompetencji. Jednocześnie część procesów, w tym zarządzanie cenami, zwrotami i reklamacjami, zaprojektowano od podstaw.

Drugi etap (lipiec 2025 – lipiec 2026) koncentrował się na migracji do najnowszej wersji Microsoft Dynamics 365. Transformacja technologiczna nie wstrzymywała jednak rozwoju biznesu – równolegle wdrażano rozwiązania przynoszące bieżące korzyści, takie jak nowy proces zarządzania kampaniami, model cenowy czy asystent AI wspierający tworzenie ofert.

Rezultaty i efekty biznesowe
Pierwsza faza zakończyła się w czerwcu 2025 r.

• Jeden model operacyjny 1P na czterech rynkach: jeden zespół, jeden ERP, logistyka w całości u operatorów zewnętrznych; skalowanie bez zwiększania zatrudnienia.

• Sprzedaż własna Allegro w Polsce w II kwartale 2026 r. wzrosła o 27% r/r, przy wzroście rynku e-commerce o ok. 10%.

Wnioski i znaczenie
Realizacja transformacji w wymagającym terminie wymagała zdecydowanej priorytetyzacji i świadomego zarządzania zakresem zmian. W efekcie przebudowano model działania retail Allegro przy wsparciu właściwie dobranych rozwiązań technologicznych. Sukces projektu polega na strategicznym połączeniu transformacji technologicznej, biznesowej i organizacyjnej w jeden, nowy model operacyjny, co było możliwe dzięki silnemu zaangażowaniu liderów efektywnie zarządzających zmianą. Tworzy to trwały fundament pod dalszy wzrost firmy i innowacyjność. Allegro stworzyło jednolitą, ustandaryzowaną, skalowalną platformę wzrostu dla wielu rynków, zwiększając efektywność i spójność działania. Szczególną wartością

projektu jest wykorzystanie sprawdzonego polskiego modelu operacyjnego jako wzorca przy ekspansji międzynarodowej. Projekt dostarczył wymiernych korzyści biznesowych, jednocześnie realizując cele w rekordowym tempie, bez zakłóceń dla klientów oraz przy zachowaniu pełnej ciągłości biznesu. Kluczowym elementem podejścia było dostarczanie wartości biznesowej już w trakcie transformacji, bez oczekiwania na jej zakończenie. Kolejnym krokiem będzie dalsze wykorzystanie AI w narzędziach wspierających zarządzanie kampaniami, cenami i ofertą produktową.