

TISKOVÁ ZPRÁVA

dm drogerie jako první volba

Věrnost zákazníků dm je rekordní, vyplývá z průzkumu maloobchodního trhu

České Budějovice, 2. 3. 2021 – Klíč k srdci zákazníka se společností dm drogerie markt daří hledat úspěšně. Ukázalo to lednové měření věrnosti pomocí Net Loyalty Score agentury Pricewise, které umožňuje srovnávat loajalitu zákazníků k různým značkám na českém trhu. Z výsledků například vyplývá, že dm drogerie je pro nakupující první volbou ve svém segmentu a že k ní mají pevný vztah. Velkou motivací je i propracovaný věrnostní program.

Společnost dm drogerie markt má jedny z nejvíce loajálních zákazníků na trhu vůbec. Jsou značně věrní a cítí se za to i náležitě odměňováni. Vyplývá to ze zjištění agentury Pricewise. „Mohu říct, že výsledky dm drogerie jsou rekordní. Segment zákazníků, kteří nakupují každý týden, vykázal námi dosud vůbec nejvyšší naměřené hodnoty věrnosti,“ uvádí Radek Hrachovec z agentury Pricewise.

Věrnost značce dm měřila agentura pomocí standardizované metodiky Net Loyalty Score (NLS). Ta se zaměřuje na tři aspekty loajality. „První je hodnocení míry ocenění, tedy zda značka dává svým zákazníkům najevo, že jsou pro ni důležití. Dále měří sílu jejich vztahu ke značce a také zjišťuje její pozici mezi konkurencí,“ vysvětluje Hrachovec. Dotazník též zkoumal, zda by respondenti dm drogerii doporučili svým známým nebo jestli se sami cítí být značce věrní.

Rekordní hodnoty: vřelý vztah a loajalita ke značce dm

Průzkumu se účastnilo celkem 10 747 respondentů. Agentura už dříve aplikovala identická měření u desítek různých firem, což umožňuje výsledné hodnoty různých společností porovnat. Na škále od nejchladnějšího vztahu –100 po nejvřelejší +100 je výsledná známka dm +54. To je mezi velkými společnostmi na českém trhu rekordní skóre, více než 50 bodů zatím žádná z nich dle mezifiremního srovnání nezískala. Podle Hrachovce z agentury Pricewise pak dm dosáhla i další rekordní hodnoty. Věrnost těch, kteří v prodejnách dm nakupují každý týden, je na úrovni neuvěřitelných +77 bodů, jde o nejvyšší naměřenou loajalitu mezi všemi doposud zkoumanými firmami.



Jedinečný vztah zákazníků k drogerii dm pomohla vytvořit nejen prvotřídní kvalita výrobků, příjemné prostředí prodejen a přátelský personál. Na úspěchu se podílí i věrnostní program active beauty, který dm nabízí už dvacet let. V říjnu loňského roku navíc společnost spustila novou mobilní aplikaci, prostřednictvím níž je využívání slevových akcí a kuponů ještě snazší.

„Víme, že vztah a důvěra se budují roky. Velmi si našich zákazníků vážíme a také se jim to snažíme soustavně dávat najevo. Teď je naší motivací vysokou laťku nejen udržet, ale samozřejmě ji posouvat nahoru. Díky Net Loyalty Score víme, že se nám naše investice do budování věrnostního programu a prohlubování zákaznické věrnosti vyplácí. Zároveň nám výsledky ukázaly, kde je prostor pro zlepšení. I na tom hodláme do budoucna pracovat,“ reaguje Jiří Peroutka, manažer komunikace dm drogerie markt.

O metodice Net Loyalty Score agentury Pricewise

Benchmark Net Loyalty Score (NLS) funguje jako „teploměr“, který pomocí jednotné metodiky rychle změří aktuální stav loajality zákaznické báze. NLS zjišťuje individuální skóre každého respondenta ve třech oblastech: zkoumá, zda firma oceňuje zákaznickou věrnost, zda bude firma první volbou při příštím nákupu a jakou sílu má vztah zákazníka ke značce. Výsledné skóre spolehlivě ukazuje, nakolik jsou zákazníci loajální. Z výsledků mnoha měření NLS v různých firmách a propojení odpovědí respondentů s jejich reálnými transakčními daty má agentura Pricewise k dispozici jedinečné srovnání českého trhu.

O společnosti dm drogerie markt Česká republika

Společnost dm drogerie markt s.r.o. v České republice zahájila činnost v roce 1992 jako 100% dceřiná společnost dm drogerie markt GmbH Rakousko. V roce 1993 otevřela svou první prodejnu v Českých Budějovicích. Společnost sídlí v Českých Budějovicích. Svých 239 prodejen zásobuje po celé České republice ze svých logistických center v Jihlavě a Divišově. Jednateli společnosti jsou Gerhard Fischer, Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3.534 spolupracovníků. V obchodním roce 2019/2020 vykázala dm v České republice obrát ve výši 11,483 mld. CZK a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde přírodní kosmetika, babylove, Mivolis, Denkmít, SUNDANCE, Visiomas, dmBio, trend IT UP či nejnovější SEINZ.

Tiskové zprávy a fotografie v tiskové kvalitě společnosti dm naleznete v [dm presscentru](https://www.dm.cz/presscentrum).

V případě zájmu o další informace kontaktujte:

Ing. Jiří Peroutka

Manažer komunikace

T +420 387 748-220

M +420 739 531-696

jiri.peroutka@dm.cz

www.dm.cz

www.facebook.com/dm.cesko

Tisková zpráva:

Aktuální průzkum dm drogerie markt

2. 3. 2021