



Informacja prasowa, 14.06.2023

Trwała cena dm: *Dziś korzystnie, jutro korzystnie, zawsze korzystnie* - dm promuje swoją politykę cenową i pokazuje klientom, jak oszczędzać na zakupach

Co jest lepsze od kupowania na promocjach? Kupowanie zawsze korzystnie. Z takiego założenia wychodzi drogeria dm, która od początku swojej obecności w Polsce zaskakuje klientów nietypowym podejściem do cen. Dlaczego? Bo w dm obowiązuje trwała cena półkowa, która nie jest podwyższana przez okres minimum 4 miesięcy od daty ostatniej podwyżki widocznej przy każdym produkcie. Dzięki temu ceny półkowe dm są trwale niższe, a zakupy zawsze korzystne.

W polskich drogeriach dm znajduje się ponad 13.000 produktów, zaś w sklepie online www.dm.pl ponad 11.500. W portfolio dm posiada łącznie 28 marek własnych, pod którymi występuje kilka tysięcy produktów we wszystkich kategoriach. Zgodnie ze swoją polityką cenową od początku obecności w Polsce, czyli od ponad roku, niezależnie od inflacji i innych czynników zewnętrznych, dm nie podniosła ceny sprzedaży na ponad **2 tys. produktów**.

Chcesz kupować zawsze korzystnie, zamiast gonić za okazijnymi ofertami? – pyta marka i wyjaśnia, że właśnie dzięki gwarancji trwałej ceny w dm to możliwe. Bo tym, co wyróżnia dm na polskim rynku są między innymi ceny. Drogerie gwarantują atrakcyjną i trwałą cenę półkową, która nie jest podwyższana przez co najmniej cztery miesiące lub dłużej, od daty ostatniej podwyżki widocznej przy każdym produkcie. Dzięki temu ceny półkowe dm są trwale niższe. dm wychodzi z założenia, że nie należy sztucznie zawyżać cen, by potem obniżyć je na krótki okres, zmuszając klienta do kupowania produktów na promocjach, na zapas, a nie wtedy, kiedy faktycznie ich potrzebuje. Filozofia dm mówi: drogi kliencie, możesz polegać na cenach, jakie widzisz na półkach. Możesz w dowolnej chwili przyjść i kupić produkt w korzystnej cenie, kiedy rzeczywiście go potrzebujesz.

Drugim wyróżnikiem dm są atrakcyjne oferty kuponów rabatowych w aplikacji „Mój dm”. Zastępują one tradycyjne promocje znane polskim konsumentom z innych sklepów i są elementem strategii omnichannelowej oraz czynnikiem wzmacniającym lojalizację klientów. Zachęcają ich do posiadania aplikacji, bo tylko za jej pomocą możliwa jest aktywacja kuponów rabatowych. Same kupony zaś można wykorzystać we wszystkich kanałach - zarówno podczas zakupów przez aplikację, w sklepie www.dm.pl, jak i w drogeriach stacjonarnych. W skali miesiąca to łącznie około dwudziestu różnego rodzaju kuponów, które w połączeniu z gwarancją trwałej ceny tworzą naprawdę korzystną ofertę dm.

- Polscy klienci są ze wszystkich stron bodźcowani promocjami i czasowe obniżki cen produktów są dla nich jednym z mocniejszych impulsów zakupowych, choć nie zawsze korzystnym. Zdajemy sobie z tego sprawę i od początku pracujemy nad percepcją postrzegania naszych cen. Wiemy, że zwłaszcza dziś, kiedy światowa gospodarka jest zachwiana, a inflacja szaleje, kwestia oszczędności jest jeszcze ważniejsza niż kiedykolwiek. Dlatego zdecydowaliśmy się na dodatkową komunikację wokół naszych cen, by pokazać klientom wszystkie korzyści płynące z zakupów w sklepach dm i dać im możliwość świadomego wyboru i oszczędzania razem z nami – mówi Henri Hampe, Dyrektor Sprzedaży dm. – Wiemy, że dzięki naszym trwałym cenom klienci mogą zaoszczędzić, bo regularnie prowadzimy na własny użytek porównania koszyków zakupowych w obrębie wybranego asortymentu. Wynika z nich, że ogólna oferta cenowa dm jest korzystniejsza, nawet jak uwzględniamy okresowe promocje wybranych produktów u konkurencji – dodaje Hampe.



W ramach promocji swojej polityki cenowej dm wprowadziła dodatkowe oznaczania POS w drogeriach oraz odświeżyła system komunikacji. Woblery, standy i bannery z hasłami – ***Oszczędzaj dzięki trwałym cenom, Dziś korzystnie, jutro korzystnie, zawsze korzystnie*** pojawiły się we wszystkich drogeriach oraz sklepie internetowym. Dodatkowe informacje dostępne są w linku: <https://www.dm.pl/uslugi/uslugi-w-sklepie/zawsze-korzystnie>

O drogeriach dm:

Drogerie dm posiadają ponad 4000 punktów sprzedaży, w których zatrudnionych jest ponad 66 000 osób w całej Europie. W roku obrotowym 2021/2022 dm odnotował sprzedaż w wysokości 13,6 mld euro wygenerowaną łącznie we wszystkich 14 krajach europejskich. Drogerie dm oferują szeroki wybór produktów do pielęgnacji twarzy i ciała, artykuły zdrowotne i higieniczne oraz produkty w kategoriach kosmetyki i perfumy, żywność, gospodarstwo domowe, usługi foto i karma dla zwierząt. Oprócz produktów znanych marek klienci znajdą w dm także wiele marek własnych, takich jak Balea czy najlepiej sprzedająca się marka certyfikowanych kosmetyków naturalnych alverde. dm docenianie jest również za zespół wykwalifikowanych pracowników, chętnie doradzających klientom. Sieć nieustannie pracuje nad optymalizacją wszystkich swoich procesów, by wywiązać się z odpowiedzialności za zrównoważony rozwój w całej Europie.

Kontakt dla mediów: patrycja.narozna@prart-media.pl