



Informacja prasowa, 04.09.2023

dm rozpoczyna współpracę z influencerami i promuje marki własne

“Niemiecka jakość w najlepszej cenie” - pod takim hasłem drogeria dm promuje marki własne w najnowszej kampanii i daje klientom możliwość skorzystania z 20% kuponu rabatowego na wszystkie marki dm przy zakupach z aplikacją “Mój dm”. Kupon można wykorzystać aż do końca września. By wzmocnić rozpoznawalność marek własnych i jak najszerzej dotrzeć do potencjalnych klientów dm po raz pierwszy w Polsce zdecydował się na rozpoczęcie współpracy z influencerami.

dm to największa niemiecka sieć drogeryjna, która w Polsce obecna jest od kwietnia 2022 roku. Swoją rynkową pozycję zawdzięcza m.in. markom własnym. alverde NATURKOSMETIK, Balea i dmBio to tylko niektóre z marek dm. Obecnie asortyment obejmuje kilkanaście tysięcy artykułów codziennego użytku.

- Prawie w każdym obszarze asortymentu dm posiada marki własne. Mamy ich łącznie 28 w różnych kategoriach. Cieszą się dużą popularnością także wśród polskich klientów, którzy często jako ich atut wskazują właśnie niemiecką - czyli wysoką jakość. To dlatego zdecydowaliśmy się uczynić z tego skojarzenia hasło naszej kampanii, “Niemiecka jakość w najlepszej cenie”, bo wysoka jakość to nasz priorytet. Jednocześnie chcemy oferować klientom produkty w zawsze korzystnych cenach - mówi
Hubert Iwanowski, Dyrektor Obszaru Marketingu i Zakupów dm w Polsce.



Gwarancja atrakcyjnej i trwałej ceny półkowej, która nie jest podwyższana przez okres minimum 4 miesięcy od daty ostatniej podwyżki widocznej przy każdym produkcie, to podstawa polityki cenowej dm. Ale kolejnym jej wyróżnikiem są oferty kuponów rabatowych w aplikacji “Mój dm”. Dlatego dodatkowo w ramach kampanii, przez cały wrzesień, drogeria oferuje użytkownikom aplikacji 20%-owy kupon rabatowy na wszystkie produkty marek własnych. W ramach synergii działań omnichanelowych, początek kampanii połączono z mini eventami w sklepach dm, których celem było zachęcenie do pobrania aplikacji “Mój dm” i aktywowania kuponów.



By dodatkowo wzmocnić rozpoznawalność marek własnych oraz jak najszerzej dotrzeć do potencjalnych klientów dm po raz pierwszy w Polsce zdecydował się na rozpoczęcie współpracy z influencerami. Dwunastu starannie wybranych influencerów przez najbliższy miesiąc będzie testować produkty marki własnej dm, by wybrać swój ulubiony i podzielić się tym wyborem z fanami (#ulubionyprodukt dm) w swoich social mediach. Równocześnie w kanałach własnych dm pojawią się polecenia ulubionych produktów od pracowników drogerii.

- Cieszymy się, że do wachlarza naszych działań marketingowych możemy dodać teraz także współpracę z influencerami. Wiemy, że synergia działań e-commerce, social mediów i influencer marketingu to dziś jeden z ważniejszych filarów skutecznej promocji. Krok po kroku, w miarę poszerzania skali biznesu w Polsce, będziemy także rozwijać kolejne kanały dotarcia do nowych klientów - komentuje Hubert Iwanowski.

W swojej komunikacji dm skupia się na budowaniu świadomości marki, w tym także popularyzowaniu marek własnych. Kampania będzie składała się z kilku etapów. Pierwsza jej odsłona stawiająca na promocję marek własnych potrwa do 30 września, a kreacje będą wykorzystywały dwa hasła – „Twoja nowa ulubiona drogeria” oraz „Niemiecka jakość w najlepszej cenie”. Swoim zasięgiem kampania obejmie działania online, w tym social media, POS, lokalne rozgłośnie radiowe oraz nośniki OOH. Za opracowanie koncepcji kampanii odpowiadają niemiecka agencja Oddity i austriacka ReTALe, adaptacją materiałów oraz zakupem mediów zajęła się polska agencja Freundschaft. Więcej na www.dm.pl

Dodatkowe informacje dla mediów: patrycja.narozna@prart-media.pl