



Informacja prasowa, 21.12.2023

Podsumowanie roku w drogeriach dm

- 2023 to był rok intensywnej i bardzo owocnej pracy. Zwiększyliśmy liczbę naszych sklepów w Polsce o ponad 100% i planujemy ją podwoić w przyszłym roku. Powiększamy nasz zespół, jesteśmy coraz aktywniejsi marketingowo i coraz mocniej wrastamy w tkankę miejską lokalnych społeczności - mówi Markus Trojansky, dyrektor obszaru ekspansji w Niemczech i dyrektor zarządzający dm-drogerie markt w Polsce, podsumowując mijający rok i zdradzając plany na kolejny.

21 sklepów, w tym 12 nowo otwartych, 270 pracowników, 17 Akcji Kasjerskich, które wsparły lokalne społeczności łączną kwotą 195 186,88 zł. Z takim wynikiem drogerie dm zamykają 2023 rok w Polsce. W 2024 roku chcą kontynuować ekspansję w południowo-zachodniej części kraju otwierając ponad 20 nowych punktów sprzedaży. Drogerie dm obecne są w Polsce od półtora roku. Swoją siedzibę mają we Wrocławiu. Tam otworzyły pierwszy sklep i również tam rozwijają się dynamicznie.

- Zależało nam, aby właśnie we Wrocławiu klienci mieli możliwości szybkiego i wygodnego robienia zakupów w najbliższej okolicy swojego zamieszkania. To było ambitne założenie, ale w pełni je zrealizowaliśmy. Dzisiaj mamy już 4 sklepy w różnych częściach miasta i z pewnością nie jest to nasze ostatnie słowo - mówi Markus Trojansky, dyrektor obszaru ekspansji w Niemczech i dyrektor zarządzający dm-drogerie markt w Polsce. - 2023 to był rok intensywnej i bardzo owocnej pracy. Zwiększyliśmy liczbę naszych sklepów o ponad 100% w Polsce i planujemy ją podwoić w przyszłym roku. Powiększamy nasz zespół, jesteśmy coraz aktywniejsi marketingowo, wrastamy w tkankę miejską lokalnych społeczności. Wciąż pracujemy nad budowaniem rozpoznawalności marki i umacniamy wyniki sprzedaży we wszystkich kanałach. W 2024 będziemy kontynuować naszą strategię rozwoju na wielu poziomach - przez zwiększanie liczby sklepów, dotarcie do nowych województw, nowe koncepty aranżacji wnętrza, wzmocnienie e-commerce, czy asortymentu - dodaje Trojansky.

dm chce dotrzeć do jak największej liczby klientów w tzw. każdym punkcie styku, czy to w sklepach, za pośrednictwem smartfona, czy internetu, a to zakłada dalszy rozwój strategii omnichannelowej. W 2023 roku drogerie uruchomiły dwa kolejne profile społecznościowe - You Tube i TikTok, oraz rozpoczęły współpracę z influencerami, która przyczynia się do rozwoju nowych i obecnych kanałów, a także sklepu online. Za pośrednictwem mediów społecznościowych internauci najczęściej pytają o nowe lokalizacje - okazuje się, że większość z nich chciałaby mieć dm w swoim mieście, ale szczególnie na nowe sklepy czekają mieszkańcy Warszawy czy Katowic.

Z danych własnych firmy wynika, że w mijającym roku najczęściej sprzedawały się produkty marek własnych. Królowały Balea, ebelin, dmBio i DeinBestes, tuż za nimi znalazły się Sanft&Sicher oraz babylove. W 2023 r. drogerie dm otrzymały wyróżnienie w konkursie Blix Awards w kategorii Marki Własne. To nagroda będąca wynikiem wyboru konsumentów, którzy w myśl hasła "Tu liczy się człowiek, tu kupuję" są dla dm najważniejsi. Kolejnym powodem do radości było pozyskanie certyfikatu "Miejsce Przyjazne Rodzinom z Dziećmi" w lokalnym plebiscycie. Otrzymała go drogeria w Krakowie, os. Na Lotnisku 3.

W minionym roku dm w Polsce przebudowały także szafy makijażowe w swoich sklepach. Wymienione zostały meble dla kosmetyków marek własnych alverde, ebelin oraz trend !t up. Ponadto wśród



nowości w asortymencie znalazły się produkty marki Eveline Cosmetics, a dodatkowe metraże zyskały szafy marek Maybelline i essence.

Dzięki spółce technologicznej dmTECH drogerie wystartowały z projektem pilotażowym wdrażając własny chat dmGPT. W roku obrotowym 2023/2024 wdrożony zostanie pierwszy dmChatBot nie tylko w Niemczech, ale dla całej grupy firm. Sztuczna inteligencja będzie jeszcze bardziej wspierać procesy i zespoły dm w podnoszeniu jakości i komfortu pracy.

Celem dm jest konsekwentne dostarczanie niezawodnych, przystępnych cenowo i pożądaných produktów drogerijnych i usług klientom we wszystkich 14 krajach, w których jesteśmy obecni. W realizacji tego planu kluczową rolę odgrywa polityka cenowa. dm gwarantuje **atrakcyjną i trwałą cenę półkową**, która nie jest podwyższana przez okres minimum 4 miesięcy od daty ostatniej podwyżki widocznej przy każdym produkcie.

W mijającym roku drogerie dm w Niemczech świętowały 50-lecie obecności na rynku, mniej więcej w tym samym czasie w Polsce obchodzono pierwsze urodziny dm. W Polsce dm zamykają 2023 rok z łączną liczbą 21 sklepów i 270 pracowników. Więcej na dm.pl

Drogerie dm posiadają ponad 4 000 punktów sprzedaży, w których zatrudnionych jest ponad 79 000 osób w całej Europie. W roku obrotowym 2022/2023 dm odnotował sprzedaż w wysokości 15,9 mld euro wygenerowaną łącznie we wszystkich 14 krajach europejskich. W tym samym okresie w Niemczech około 51 000 pracowników wygenerowało sprzedaż na poziomie 11,4 mld euro. dm po raz kolejny została wybrana przez klientów najpopularniejszą drogerią w ankiecie Kundenmonitor 2023. Drogerie dm oferują szeroki wybór produktów do pielęgnacji twarzy i ciała, artykuły zdrowotne, higieniczne, dla dzieci i niemowląt 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