



Informacja prasowa, 22.07.2025

Aplikacja zakupowa drogerii dm na pierwszym miejscu w konkursie Digital Service Award 2025 KPMG

Aplikacja dm okrzyknięta najbardziej przyjazną dla klienta aplikacją B2C w Niemczech. Taki werdykt wydało jury nagrody Digital Service Award, którą firma audytorsko-konsultingowa KPMG przyznała po raz pierwszy we współpracy z instytutem badań rynku Appinio i startupem technologicznym AIVITEX. Wyróżnienie to potwierdza, że aplikacja dm jest nie tylko funkcjonalna i innowacyjna, ale także realnie wspiera użytkowników w codziennych zakupach. Z aplikacji korzystają także polscy klienci, a liczba jej użytkowników i zamówień systematycznie rośnie. Od debiutu w naszym kraju drogeria dm rozwija model omnichannel, a Polska była pierwszym państwem, w którym dm równolegle rozpoczęła sprzedaż we wszystkich kanałach (sklepy stacjonarne, online oraz aplikacja).



Jury konkursu doceniło intuicyjność aplikacji, dostępność, wartość społeczną i ekologiczne podejście – zarówno w kontekście zawartości edukacyjnej, jak i integracji z usługami wspierającymi zrównoważony rozwój. Wybór opierał się na dwuetapowym procesie: badacze rynku najpierw przeprowadzili ankietę wśród około 2000 konsumentów na temat ich użytkowania, świadomości i satysfakcji z aplikacji 150 największych niemieckich firm B2C. 15 najwyżżej ocenionych aplikacji przeszło do finału, a pierwsze miejsce przyznano aplikacji dm. To jedna najpopularniejszych aplikacji zakupowo-usługowych w niemieckim handlu detalicznym. Według ostatnich danych, **tylko w Niemczech ponad siedem milionów osób korzysta z niej co najmniej raz w miesiącu**. Aplikacja dm stanowi kluczowy element strategii wielokanałowej dm i łączy zakupy online z programem lojalnościowym PAYBACK, oferując usługi takie jak ekspresowy odbiór w sklepach dm.

Aplikacja dm jest dostępna również dla klientów w Polsce od początku obecności marki na rynku. **Od tego czasu liczba jej realnych użytkowników systematycznie rośnie i obecnie wynosi już kilkaset tysięcy osób**. Polscy klienci korzystają z aplikacji coraz częściej, a dane pokazują również stały wzrost liczby zamówień składanych przez ten kanał. Co istotne, **użytkownicy najczęściej sięgają po produkty**



marek własnych dm, takich jak Balea, dmBio, czy Denkmit, a to pokazuje zaufanie do jakości i atrakcyjnych cen oferowanych przez drogerię.

*– Od momentu wejścia na polski rynek systematycznie rozwijamy nasz ekosystem cyfrowy i umacniamy strategię omnichannel. Aplikacja dm to nie tylko narzędzie do wygodnych zakupów, ale także źródło inspiracji, promocji i funkcjonalności, które realnie ułatwiają codzienność naszych klientów. Cieszy nas, że również w Polsce rośnie grono aktywnych użytkowników naszej aplikacji – mówią **Barbara Schmehl i Grzegorz Gerus, dyrektorowie obszaru marketingu i zakupów dm w Polsce.** W ramach rozwoju usług wielokanałowych dm wprowadziło także do swoich drogerii w Polsce punkty ekspresowego odbioru zamówień online, odpowiadając tym samym na rosnące oczekiwania klientów w zakresie szybkości i wygody zakupów.*

Aplikacja jest stałym elementem komunikacji dm z klientami; mogą w niej sprawdzać dostępność produktów w wybranej drogerii stacjonarnej i online, tworzyć własne listy życzeń, robić szybkie i łatwe zakupy online, skanować produkty i połączyć z kontem PAYBACK, by jeszcze bardziej umacniać doświadczenie korzystnych zakupów w oparciu o trwałe ceny, nie podnoszone przez minimum 4 miesiące od daty widocznej przy każdym produkcie. [“Rodzinne lato, kupony na topowe marki przez cały miesiąc”](#) to hasło najnowszej kampanii, promującej aplikację dm w Polsce. **Tylko w lipcu na jej użytkowników czekają aż 22 atrakcyjne kupony nawet do -30% na produkty znanych i lubianych marek.**

Więcej na www.dm.pl

O drogeriach dm:

Drogerie dm posiadają ponad 4 000 punktów sprzedaży, w których zatrudnionych jest **ponad 89 100** osób w całej Europie. W roku obrotowym **2023/2024** dm odnotowały sprzedaż w wysokości 17,74 mld euro wygenerowaną łącznie we wszystkich 14 krajach europejskich. W tym samym okresie w Niemczech ponad 60 300 pracowników wygenerowało sprzedaż na poziomie 12,47 mld euro. dm po raz kolejny została wybrana przez klientów najpopularniejszą drogerią w ankiecie Kundenmonitor 2024.

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 znajdują 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. Drogeria nieustannie pracuje nad optymalizacją.

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