



**TU SOM ČLOVEKOM
TU NAKUPUJEM**

HISTÓRIA

Spoločnosť dm drogerie markt bola založená v Nemecku v roku 1973 profesorom Götzom W. Wenerom. Jeho ideou bolo urobiť z nákupu kozmetiky a drogerie „kúsok luxusu v bežnom dni“, pričom značka sa časom rozrástla až do jedného z najvýznamnejších európskych reťazcov maloobchodných predajní. S obchodmi siete dm drogerie markt sa môžete stretnúť v 12-tich krajinách Európy. Pôsobenie značky dm drogerie markt na Slovensku sa začalo založením prvej pobočky



roku 1995 v Bratislave na Pribešovej ulici. O tri roky neskôr už sieť dm ponúka svojim zákazníkom aj široký sortiment vlastných značiek. Rok 2000 sa niesol v duchu prestavby filiálok, ktoré boli zmodernizované zvnútra aj zvonka. Vďaka koncentrovanému úsiliu všetkých spolupracovníkov a správne zvolenej obchodnej stratégii dm drogerie markt otvára v roku 2004 už svoju 50. filiálku. Rok 2006 bol pre značku kľúčový vďaka dvom inovatívnym konceptom. Vernostný program dm active beauty svet plný výhod sa stáva každodennou súčasťou obchodného sveta dm a sieť tiež zavádza stratégiu dlhodobého nízkych cien garantovaných na minimálne štyri mesiace, čím zákazníkom šetrí čas aj peniaze. V roku 2010 bol na filiálkach zavedený nový pokladničný systém dmPOS, ktorého podstatou sú pokladnice s dotykovými displejmi. Spoločnosť drží krok s dobou aj v digitálnom svete, keďže v roku 2011 vstupuje do sveta sociálnych médií a vytvára svoju vlastnú fanpage na Facebook-u. Prijemné prevapenie pre zákazníky prichádza v roku 2014, kedy vychádza prvé vydanie life-style magazínu active beauty, ktorý je najväčším dámskym časopisom Slovenska. Rok 2015 sa niesol v duchu osláv, keďže značka dm mala za sebou 20 veľmi úspešných rokov na slovenskom trhu, kde v tom čase

prevádzkovala 135 predajní. Zavedením iniciatívy Vždy výhodne v tomto roku postavila stratégiu dlhodobých cien na vyššiu úroveň. V minulom roku sa značka stala členom Business Leaders Fóra a Slovenskej aliancie moderného obchodu (SAMO).

INOVÁCIE

Spoločnosť dm sa v roku 2016 rozhodla inovovať svoju aplikáciu pre mobilné telefóny, ktorá prináša novinky a výhody zákazníckeho programu priamo v mobile. Umožňuje napríklad aktiváciu výhod priamo cez mobil bez potreby predchádzajúcej návštevy predajne dm. Aplikácia je zároveň aj digitálnou zákazníckou kartou zákazníka a poskytuje individualizované informácie o počte bodov a pohyboch na jeho účte. V júni roku 2017 ju využívalo už 80-tisíc zákazníkov. Vzhľadom na to, že sa v odbore predavač vzdeláva nedostatok žiakov, dm pripravila už pred piatimi rokmi svoj vlastný vzdelávací program pre oblasť obchodu. Od roku 2012 podporuje žiakov vybraných stredných odborných škôl v odboroch obchodný pracovník a pracovník marketingu v rámci vlastného projektu Vzdelávanie pre prácu v dm. dm ako jedna z prvých spoločností na Slovensku vstúpila v školskom

roku 2015/2016 do systému duálneho vzdelávania (SDV). V aktuálnom školskom roku 2016/2017 študuje s podporou dm 48 žiakov. V školskom roku 2015/2016 zmaturovali prvé tri žiaci z projektu Vzdelávanie pre prácu v dm, ktoré sa v dm aj zamestnali. 37 vedúcich predajní dm vykonáva zároveň certifikovanú funkciu inštruktoriek odborného výcviku.

HODNOTA ZNAČKY

Výrobky dm značiek poskytujú produkty pre celú rodinu z oblasti krásy, starostlivosti o telo, hygieny, zdravia, domácnosti, detí, textilu, foto a produktov pre domácich miláčikov. Spoločnosť dm drogerie markt predáva aj produkty vlastných značiek, ktoré sa súbore nazývajú dm značka. Ide o nasledovné značky: Balea, Balea MIEN, alverde, s-he stylezone, trend IT UP, babylove, Prinzessin Sternenzauber, Saubär, SUNDANCE, DAS gesunde PLUS, Dein Bestes, Dontodent, Denkmüt, ebelin, Profissimo, Jessa, dm paradises, Fascino, S-quito free, Saugstark&Sicher, Soft&Sicher, Sanft&Sicher a Visiomax. V roku 2015 bola zavedená vlastná značka dmBio, ktorou spoločnosť dosiahla významný míľnik – výrobky dm značky sú zastúpené v každom čiastkovom sortimente dm. Tajomstvom úspechu značky je, že svojim zákazníkom dáva vždy niečo navyše, čím prekonáva ich očakávania. Je kúskom luxusu v bežnom dni. Zároveň ponúka aktuálnu a kompetentnú ponuku tovarov a služieb za atraktívne ceny. Je o krok napred, prináša neopakovateľnú príjemnú atmosféru pri nakupovaní. V dm dbajú tiež na aktuálne trendy a výsledky zákazníckych prieskumov. Každoročne sa realizuje viacero projektov, ktorých cieľom je spríjemnenie nakupovania pre zákazníkov – či už zavádzaním nových technológií alebo zveľaďovaním predajní. Človek je vo svojej

jedinečnosti stredobodom záujmu značky, či už ako zákazník, alebo ako zamestnanec. dm má pre každého tú správnu ponuku s dôrazom na jeho individualitu.

ÚSPECHY A MARCOM

Značka dm získala počas svojho pôsobenia na slovenskom trhu dlhý rad významných ocenení, pričom viaceré z nich opakované. Spoločnosť sa môže hrdiť ocenením kvality Superbrands (2013, 2014, 2015, 2016 a 2017) a tiež cenou Voľba spotrebiteľov (2013, 2014, 2015 a 2016). Cenným triumfom pre maloobchodnú sieť je aj ocenenie MasterCard Obchodník roka Obchodník s drogeriou a parfumeriou (za roky 2013, 2014, 2015 a 2016). Výraznou aktivitou značky v poslednom období je iniciatíva dm (spoločne), ktorá podporuje myšlienky dobrovoľníctva a zvýšenie záujmu o dobrovoľnícku prácu na Slovensku. Východisko celej iniciatívy je zadefinované vo filozofii dm: dm chce pôsobiť príkladne vo svojom okolí, preto podporuje, v spolupráci s angažovanými zákazníkmi, projekty v bezprostrednom okolí filiálok dm, zosobnená v spolupracovníkoch dm, sa stáva dobrým susedom zákazníkov. Centrom celej dobrovoľníckej iniciatívy sú filiálky dm, ktoré preberajú patronát nad jednotlivými realizovanými projektmi. Tým sa na lokálnej úrovni vytvára a prehľbuje

osobný vzťah medzi spolupracovníkmi spoločnosti, zákazníkmi a zástupcami rôznych organizácií. Značka dm uverejnila vo februári 2016 výzvu na podanie projektov. Do tejto fázy sa zapojilo 215 organizácií. Potom prebehlo ich hodnotenie, a to v 2 kolách – najprv všetky projekty hodnotili dm spolupracovníci a následne nimi spravený užší výber odborná porota. Na základe týchto 2 hodnotení boli vybrané projekty pre realizáciu – v roku 2016 ich bolo 32. Do realizácie sa zapojilo 231 dm spolupracovníkov a 362 zákazníkov, ktorí spoločne odpracovali 3 887 dobrovoľníckych hodín. 32 spolupracovníkov si zároveň vyskúšalo neľahkú úlohu koordinátora projektu. Tento rok podalo žiadosti 147 organizácií, pre realizáciu bolo vybraných až 40 projektov. Realizácia prebieha od apríla do konca júla 2017.

SPOLOČENSKÝ ZODPOVEDNÉ PODNIKANIE

Už od roku 2007 sa v dm drogerie markt zrealizuje každoročne aspoň jeden CSR projekt. Vôbec prvým bol projekt s názvom Lahší život zameraný na podporu športového vybavenia slovenských škôl. Nasledovali projekty Lahšie to ide lahšie, Pomoc obetiam povodní, Pomôžeme deťom, ako aj najúspešnejší projekt Veselé

zúbky, ktorý získal viacero ocenení. V roku 2012 bol založený interný projekt s názvom Zodpovedné podnikanie. Do projektového tímu boli v úvode prizvaní všetci spolupracovníci dm, ktorí sa takto podieľajú na stratégii zodpovedného podnikania. O rok neskôr spoločnosť dm drogerie markt založila vlastný Nadačný fond dm drogerie markt. V septembri 2016 sa konal jubilejný 5. ročník dm ženského behu, na ktorom sa po prvýkrát prekonala hranica 1 500 prihlásených bežkýň. Opäť sa v jeho rámci pokračovalo v budovaní športoviska a suma 6 005 eur, získaná zo štartovného a príspevku dm, poslúžila

na vybudovanie nového detského ihriska na kolonáde na Námestí M. R. Štefánika v mestskej časti Bratislava Staré Mesto. V minulom roku pomohla dm aj nefinančnými darmi v hodnote 97 084 eur. Finančne prispela, tak ako každý rok, na liečenie ťažkej mozgovej obrny Miške Červeňovej na úhradu jej pobytu v Egypte. Na dobré veci však prispieva nielen dm, ale aj jej zamestnanci, ktorí v uplynulom obchodnom roku vyzbierali sumu 5 371 eur. O spoločenskej zodpovednosti dm svedčí aj už niekoľkoročné zapojenie sa do projektu sociálnych supermarketov zriadených Slovenskou potravinovou bankou, ktoré sú určené pre ľudí v hmotnej núdzi. V roku 2016 darovala dm na tento účel produkty v hodnote 35 117 eur.

**JANKA POLÁČKOVÁ**

PROKURISTKA DM DROGERIE MARKT

„V dm je stredobodom záujmu človek vo svojej jedinečnosti, či už ako zákazník alebo ako spolupracovník. Dôraz kladieme na jeho individualitu s cieľom zúšľachtiť potreby našich zákazníkov, spolupracovníkom ponúkať neustále možnosti pre ich rozvoj a ako spoločnosť pôsobiť príkladne v našom okolí. Ide o výzvy, pred ktorými stojíme každý deň, sú však aj základom nášho úspechu.“

ZNAČKA A ČÍSLA

- 140 PREDAJNÍ.
- 1 270 SPOLUPRACOVNÍKOV.
- 23 ROKOV PÔSOBIENIA NA SLOVENSKOM TRHU.
- 24 dm ZNAČIEK.
- VIAC AKO MILIÓŇ ZÁKAZNÍKOV. MESAČNE.
- 18-PERCENTNÝ PODIEL NA CELKOVOM TRHU.
- 57,7 % PODIEL NA TRHU DROGERIÍ.

ÚDAJE SÚ AKTUÁLNE K JÚLU 2017.

