Bilance 2023/2024: Společnost dm investuje do cen, designu prodejen, technologií i udržitelné budoucnosti

24.10.2024 - Jiří Peroutka | dm drogerie markt

V uplynulém obchodním roce (1. října 2023–30. září 2024) společnost dm drogerie markt opět výrazně investovala do své cenové pozice na trhu: v předchozích dvanácti měsících byl nárůst prodejních cen v nákupním koši dm opět nižší než inflace vyjádřená přírůstkem průměrného indexu spotřebitelských cen. Současně byly navýšeny investice do digitálních platforem a služeb, nového designu prodejen, udržitelných konceptů a spolupracovníků. Zákazníci tyto iniciativy ocenili nárůstem obratu o 11,12 %. Nad hranici 5 miliard eur (5,248 miliardy eur) se poprvé vyšplhal obrat zemí podskupiny dm, kterou tvoří mateřská společnost dm Rakousko spolu se svými dceřinými společnostmi dm Česká republika, dm Maďarsko, dm Slovensko, dm Slovinsko, dm Chorvatsko, dm Srbsko, dm Bosna a Hercegovina, dm Rumunsko, dm Bulharsko, dm Severní Makedonie a dm Itálie.

Martina Horká, jednatelka společnosti dm, přičítá silnou loajalitu zákazníků celkově vyváženému výkonu a stabilní filozofii společnosti dm: „V naší době převládá černobílé myšlení, myšlení pro a proti, buď – anebo, levné versus kvalitní a udržitelné. Společnost dm upevňuje své postavení na trhu specializovaných drogerií. Do budoucna si navíc klade ambiciózní cíl: využít vybraných diskontních principů pro posílení své kompetence jako specializované drogerie," vysvětluje Horká cíl společnosti vytvořit efektivní propojení zdánlivě nepropojitelného.

„Konkrétně to znamená nabízet nejlepší ceny na trhu, a přitom otevírat ještě větší, komfortní prodejní prostory. Také to znamená, že nemusíme nabízet nutně nejširší sortiment, ale že zákaznické potřeby dokážeme uspokojovat i zušlechťovat produktivním a relevantním sortimentem. V neposlední řadě se budou naši zákazníci moci i nadále spolehnout na přívětivé a kompetentní spolupracovníky, kteří dotváří celkovou příjemnou nákupní atmosféru v našich prodejnách a zároveň využívat inovací v oblasti digitálních služeb," odkazuje Martina Horká na stěžejní body v oblasti výběru sortimentu, designu prodejen a péče o zákazníky i spolupracovníky.

Během uplynulých 12 měsíců přijímala dm vhodná opatření, aby i nadále mírnila dopady inflace na své zákazníky. Od října 2023 do září 2024 činila inflace v nákupních koších zákazníků dm pouze 2,05 %, zatímco míra inflace vyjádřená přírůstkem průměrného indexu spotřebitelských cen za posledních 12 měsíců oproti průměru předchozích 12 měsíců dosahovala v září 3,5 %. Snížení DPH přenesla dm na své zákazníky již od 1. ledna 2024, kdy snížila ceny u více než 1 700 produktů. Společnost dm investovala do cen opět v létě a od 29. srpna 2024 postupně snížila ceny u více než 3 000 produktů v prodejnách dm i v online shopu dm.cz.

V posledních 12 měsících přivítala dm ve svých prodejnách bezmála 55,3 milionu zákazníků – to je o téměř 3,7 milionu zákazníků (+7,08 %) více než v předchozím obchodním roce. Počet prodaných produktů přitom vzrostl meziročně o 9,01 %2, což je o to pozoruhodnější, že celkový trh vykazoval nárůst prodeje o pouhé 2 %3. Skvělý vývoj společnosti dm je tak vidět i na kvantitativních analýzách trhu. Obratový tržní podíl na celkovém trhu zvýšila dm o 1,4procentního bodu. Z hlediska počtu prodaných kusů se společnosti dm podařilo zvýšit svůj tržní podíl na celkovém trhu o 1,2procentního bodu.

S celkovými investicemi ve výši 314,6 milionu Kč, které směřovaly do prodejní sítě, logistiky, IT a

budovy dialogica (centrální správy), potvrdila společnost dm svou pozici průkopníka inovací v oblasti maloobchodního prodeje drogerie.

Skutečným milníkem pro budoucí možnosti digitálního rozvoje ve společnosti dm je sloučení IT systémů jednotlivých zemí skupiny dm do společného systému jednoho mandanta. Ve všech 14 zemích skupiny dm, včetně Německa a Polska, byly harmonizovány jednotlivé procesy, data jsou pro všechny dotčené země zaznamenávána pouze na jednom místě a analýzy jsou k dispozici pro celou skupinu dm pouhým stisknutím tlačítka. Díky tomu lze nyní mnohem hospodárněji zavádět aplikace pro zlepšení pracovních procesů nebo digitálních služeb pro zákazníky.

Zákazníci tak budou moci profitovat z vylepšených digitálních služeb, kterými dm potvrzuje svou roli omnichannel retailera. Aplikace Moje dm se stala spojovacím bodem mezi stacionárním a digitálním nakupováním. Jejím prostřednictvím nakupuje alespoň jednou měsíčně 346 tisíc zákazníků (o 72 % více než v předchozím roce), což znamená, že více jak každý druhý online nákup je uskutečněn prostřednictvím této platformy. Celkově se dm v loňském roce podařilo získat 471 tisíc zákazníků afinitních k online prostředí. To se odrazilo v nárůstu online prodeje o téměř 25 %. Velmi oblíbené je v digitálním světě dm také živé vysílání dmLIVE, který každé dva týdny sleduje v mobilní aplikaci Moje dm průměrně 5 tisíc diváků. Jeho prostřednictvím získávají zákazníci nejen informace o produktech, ale i exkluzivní eKupony na svůj příští nákup.

Další z řady technických inovací, kterými společnost dm rozšířila oblast služeb zákazníkům, bylo zavedení eÚčtenky. Od dubna 2024 si mohou zákazníci v aplikaci Moje dm deaktivovat tisk papírové účtenky a zcela ji nahradit jejím elektronickým opisem. Získají tak lepší přehled o svých nákupech, protože si eÚčtenky mohou kdykoli znovu prohlédnout, a navíc elektronická verze snižuje dopad na životní prostředí. Díky zavedení funkce eÚčtenky nebylo k 30. září 2024 vytištěno již 3,8 milionu účtenek a zákazníci tak ušetřili celkem cca 930 km papíru. Funkci „Nepotřebuji papírovou účtenku" má aktivovanou 65 % uživatelů aplikace Moje dm. Z celkového počtu nákupů (s aplikací či bez aplikace) bylo realizováno přes 17 % nákupů bez vytištění účtenky.

Na začátku července 2024 zveřejnila společnost dm kanál „dm Česko" na populární chatovací platformě WhatsApp, a rozšířila tak svou komunikaci směrem k zákazníkům. V říjnu 2024 pak vstoupila na další sociální síť – Pinterest.

Společnost dm klade i nadále velký důraz na úzkou integraci digitálních služeb a stacionárních nákupů. Aplikace Moje dm je tak nejen nákupní platformou, ale nabízí zároveň širokou škálu informací o produktech. Každý třetí zákazník nakupující online si nenechává poslat objednávku domů, ale využívá možnosti expresního vyzvednutí ve vybrané prodejně dm, z níž si produkty online objednal. Objednávka je pro zákazníky připravena k vyzvednutí ve vybrané prodejně nejpozději do 60 minut od jejího uhrazení. Aby byl tento proces v budoucnu ještě pohodlnější, jsou v současnosti v prvních prodejnách instalovány dm boxy, které slouží k vyzvednutí zboží objednaného online.

V lednu 2024 spustila společnost dm službu Scan&Go, která zákazníkům výrazně urychluje a zjednodušuje nakupování. Prostřednictvím aplikace Moje dm si produkty přímo v prodejně naskenují, vloží do tašky a u vybrané pokladny zaplatí.

Souběžně s rozšiřováním digitálních služeb pokračuje společnost dm v investicích do atraktivity svých prodejen. V obchodním roce 2023/24 směřovalo 201 milionů Kč do rozvoje prodejní sítě, přičemž modernizací prošlo 25 prodejen a 6 prodejen bylo nově otevřeno. Počet prodejen tak vzrostl na celkových 259. „Významným milníkem v rozvoji společnosti dm je nový vzhled prodejen a jejich vnitřní uspořádání. To je výsledkem více než pětiletého mezinárodního projektu, na němž spolupracovala řada designerů a specialistů, kteří se zabývali elementy a uspořádáním nejenom z marketingového hlediska, ale především z hlediska zákaznické zkušenosti a zážitku. Jedním z nich

byl Christian Mikunda, zakladatel strategické dramaturgie v maloobchodě, který představil ideu třetího místa a euforických momentů zákaznického zážitku. Cílem nového konceptu je vytvořit dm prodejnu, která vedle domova a práce bude právě tím třetím místem. Výsledkem nového konceptu je uspořádání sortimentu do jednotlivých sortimentních čtvrtí, kdy každá získává vlastní vizuálně odlišnou identitu. Zákazníkům tak usnadníme orientaci a nabídneme jim novou zkušenost z nakupování v dm," popisuje Markéta Kajabová, jednatelka společnosti dm, nový vzhled prodejen. Do konce září 2024 bylo novými designovými prvky vybaveno již 61 prodejen.

Rozšiřující se síť prodejen i setrvalý růst obratu přiměl společnost dm k hledání prostoru pro nové logistické centrum, které by lépe odpovídalo jejím kapacitním potřebám. Řešením se stala nově vystavěná hala společnosti Prologis v Ostředku v blízkosti dálnice D1 s rozlohou 21 tisíc metrů čtverečních, odkud se zboží expeduje již od 4. března 2024. Areál v Ostředku využívá pokročilá řešení v oblasti udržitelnosti. Vytápění je zajištěno tepelnými čerpadly, v hale je instalováno inteligentní LED osvětlení a budova je navíc zcela nezávislá na plynu. Prostory jsou také připraveny na instalaci fotovoltaické elektrárny. Hala získala environmentální akreditaci BREEAM na úrovni Very Good. Nové prostory společnosti dm mají vše, co by moderní logistické prostory měly mít: ideální polohu, vybavení na míru a nejmodernější řešení udržitelnosti. Do oblasti logistiky směřovalo celkem 59,6 milionu Kč.

Společnost dm v Česku aktuálně zaměstnává 3 786 žen a mužů. Filozofie společnosti staví člověka do středu zájmu, a to nejen zákazníka, ale také každého spolupracovníka. Od roku 2016 patří dm k signatářům evropské Charty diverzity, v níž se zavázala rozvíjet firemní kulturu založenou na vzájemném respektu a ocenění talentu jednotlivce. Součástí závazku je nastavení interních pravidel, která podpoří diverzitu s důrazem na férový nábor a výběr spolupracovníků, hodnocení a odměňování, osobní a rodinnou situaci, přístup ke vzdělávání a kariérní růst. V souvislosti s tím, jak roste počet spolupracovníků v prodejnách, narůstá na významu výkon vedení, a proto byla v každé prodejně nově vytvořena pozice zástupce/zástupkyně vedoucí/ho prodejny. Jejím smyslem je od června 2024 zlepšení produktivity práce a zajištění hladkého chodu jednotlivých směn ve všech prodejnách dm.

K dlouhodobým prioritám společnosti patří i spokojenost spolupracovníků a atraktivita dm jako zaměstnavatele. Se začátkem roku 2024 zvýšila společnost dm všem svým spolupracovníkům mzdu o 10 %. Za poslední tři roky šlo již o čtvrté navýšení. Společnost dm dále vyplatila všem spolupracovníkům v rámci iniciativy na podporu zdraví mimořádnou prémii „Zůstaň zdráv" ve výši 2 500 Kč, která byla nahrána na elektronickou Pluxee Multibenefit kartu a kterou lze využít na širokou nabídku volnočasových aktivit. Inspiraci k udržení fyzického a duševního zdraví přinesly spolupracovníkům rovněž interní dm Týdny pro zdraví. V období od 09.10. do 11.11.2023 byly pro všechny spolupracovníky připraveny různorodé aktivity související s podporou zdraví.

V oblasti CSR jde společnost dm i nadále příkladem a do pomoci zapojuje i ostatní. Stejně jako v předchozích letech se společnost dm zúčastnila dobročinné aktivity Sbírka potravin. V podzimním kole darovali zákazníci dm celkem 28,3 tun zboží. Společnost dm přitom poprvé nabídla možnost zakoupení virtuálních balíčků, které si zákazníci mohli přidat ke svému nákupu v prodejnách dm, v aplikaci Moje dm i v online shopu dm.cz. Oproti darování fyzických produktů zjednodušuje tento způsob sbírky organizaci celé aktivity a snižuje uhlíkovou stopu. V jarním kole sbírky pak zákazníci darovali bezmála 65 tun potravin a drogistického zboží.

Výtěžek iniciativy Giving Friday, kterou v pátek 24.11.2023 již pošesté iniciovala společnost dm, se díky zájmu zákazníků vyšplhal na 2,63 milionu Kč. Společnost částku navýšila na 3 miliony Kč, které věnovala vzdělávací organizaci TEREZA. Darované prostředky směřovaly na podporu klimatického vzdělávání žáků prvních a druhých ročníků středních škol prostřednictvím edukativní hry BASE CAMP.

Menstruační chudoba byla důležitým tématem kampaně na podporu ženského zdraví. I v České republice je velká skupina žen, pro které jsou menstruační potřeby drahé a každý měsíc vyhlíží blížící se menstruaci s obavami. Podle dm by žádná žena neměla čelit tomu, že ji menstruace vyčlení z běžného života nebo donutí používat nehygienické alternativy. Proto společnost dm darovala v červnu 2024 menstruační potřeby v hodnotě 1 milionu korun organizacím Sola pomáhá a Člověk v tísni, které se řešením menstruační chudoby zabývají. V srpnu 2024 pak měli možnost zapojit se i zákazníci, přidat ke svému nákupu v prodejnách dm virtuální balíček, a podpořit tak ženy a dívky, které jsou menstruační chudobou ohroženy. Celková částka za zakoupené virtuální balíčky se vyšplhala na 1 milion Kč.

S ohledem na zářijové povodně a jejich devastující dopad na některé lokality se společnost dm rozhodla opět aktivně podpořit ty, kteří to nejvíce potřebují. V souladu s filozofií příkladného působení, pomoci a solidarity proto spolu se svými zákazníky a ve spolupráci s Potravinovými bankami a organizací Člověk v tísni poskytla osobám zasaženým povodněmi materiální a finanční pomoc v celkové výši 10,4 milionu Kč. Pomáhat okolí při úklidových pracích po rozsáhlých povodních mohli spolupracovníci i v rámci dm dobrovolnického dne Více ze života.

Nezávislé studie a spotřebitelské průzkumy opět potvrzují vynikající postavení dm drogerie na trhu. Dle aktuálního Store Equity Indexu (SEI) renomované výzkumné agentury NielsenIQ je dm nesporným lídrem v oboru. Dosažená hodnota indexu 4,9 řadí společnost dm již několik let po sobě mezi velmi silné značky.

Společnosti dm se podařilo obhájit vítězství v soutěži Mastercard Obchodník roku, kde i v roce 2023 zvítězila v oborové kategorii Obchodník roku s drogerií a parfumerií. Navíc obsadila 2. místo v kategorii Absolutní vítěz mezi všemi obchodníky nezávisle na kategorii a 3. místo v kategorii E-shop roku. Již podvanácté v řadě společnost dm zvítězila v Czech Superbrands. Ocenění Czech Superbrands Award 2024 je uznáním vynikajícího postavení značky na trhu. Svou pozici společnost dm obhájila i coby Nejdůvěryhodnější značka v kategorii Prodejci drogerie za rok 2023, kdy toto ocenění získala podeváté v řadě. Znovu tím potvrdila, že ji zákazníci vnímají jako silnou značku, jíž je možné důvěřovat.

Společnost dm drogerie markt patří mezi nejlépe hodnocené zaměstnavatele. V soutěži Nejžádanější zaměstnavatel mezi studenty, kterou pořádá Klub zaměstnavatelů, se za rok 2023 umístila mezi třemi nejlepšími firmami.

Absolutním vítězem v kategorii firemní podcast EP LIVE 2024 se stal dm podcast, který zároveň obsadil první místo za technické zpracování. Toto ocenění je pro společnost dm důkazem, že snaha o kvalitní obsah a autentické příběhy rezonuje s posluchači a je zároveň podnětem k dalšímu rozvoji a inovacím v oblasti komunikace.

O společnosti dm drogerie markt Česká republika
dm drogerie markt s.r.o. v České republice zahájila činnost v roce 1992 jako 100% dceřiná společnost dm drogerie markt GmbH Rakousko. V roce 1993 otevřela svou první prodejnu v Českých Budějovicích. Společnost sídlí v Českých Budějovicích. Svých 259 prodejen zásobuje po celé České republice z logistických center v Jihlavě a Ostředku. Jednatelkami společnosti jsou Martina Horká a Markéta Kajabová. Celkem v dm pracuje 3 786 spolupracovníků. V obchodním roce 2023/2024 vykázala dm v České republice obrat ve výši 18,1 mld. Kč, a upevnila tak své postavení jedničky na trhu specializovaných drogerií. Na trh uvádí mimo jiné dm značky Balea, alverde, babylove, Mivolis, Denkmit, SUNDANCE, dmBio, trend !t up, SEINZ. či Dein Bestes.

Kontakt

Ing. Jiří Peroutka
Manažer komunikace
dm drogerie markt Česká republika

dm drogerie markt s.r.o.
F. A. Gerstnera 2151/6
370 01 České Budějovice
E-mail: press@dm.cz

https://www.dm.cz/o-spolecnosti/presscentrum/tiskove-zpravy/svet-dm/tz-bilance-2023-2024-24-10-2024-2572540