

## DROGERIA ROKU 2018: DP Drogerie Polskie w Mikołowie - finalista konkursu

data aktualizacji: 2018.05.15



**Ponad 200-metrowa drogeria DP w galerii handlowej PiK w Mikołowie, niewielkim mieście na południu Polski, jest oczkiem w głowie zarządu sieci Drogerie Polskie. Położona naprzeciwko hipermarketu Tesco radzi sobie bardzo dobrze i przyciąga klientki, które szukają asortymentu innego niż masowy.**

Drogeria DP w Mikołowie znajduje się w galerii PiK - głównym centrum handlowym w tym mieście liczącym niespełna 40 tys. mieszkańców. Jest to ściśle centrum Mikołowa. W galerii zajmuje bardzo dobre miejsce naprzeciwko kas hipermarketu Tesco. Jest jedynym sklepem kosmetycznym w obiekcie, w którym znajdują się także m.in. Pepco, Empik, CCC, Media Expert i apteka Magiczna. Konkurencją dla DP w niektórych kategoriach produktów jest Tesco. Przy rynku miasta działa też

Rossmann.

Drogeria ma ponad 200 mkw. Jest przestronna i nowoczesna, obowiązują w niej wszystkie standardy wyposażenia i wizualizacji sieci DP. – Wejście w tę lokalizację, to był strzał w dziesiątkę. Jest to jeden z naszych najlepszych punktów pod względem obrotów – mówi Bartosz Jonas, właściciel spółki Visage, która zarządza sklepami własnymi wchodzącymi w skład sieci Drogerie Polskie. Wśród czynników, jakie złożyły się na sukces tego sklepu wymienia przestrzeganie określonych standardów wyposażenia, zaopatrzenia, ekspozycji i obsługi klientów. – Mamy spore wymagania dotyczące profesjonalizmu pracowników. Ekspedientki są cały czas szkolone przez nasze trenerki, które przekazują wiedzę na temat produktów i obsługi klienta, a następnie sprawdzają jej poziom na testach – podkreśla Bartosz Jonas. Bardzo duże znaczenie mają także akcje promocyjne, które w DP są stale organizowane, a konsumenci są o nich informowani przez gazetki promocyjne, program lojalnościowy, media społecznościowe i bezpośrednio w sklepie. – Jak bardzo chcielibyśmy uciec od promocji, tak bardzo się nie da. Na nich pracuje dziś cały rynek. Robimy mnóstwo akcji nie tylko polegających na obniżce cen, ale też z produktami w gratisie lub za pół ceny. Tak, jak konkurencja, organizujemy promocje na całe kategorie produktów, jak np. makijaż, koloryzacja włosów, czy nawet na segmenty, jak maseczki do twarzy – mówi Bartosz Jonas.

Na półkach drogerii znajdziemy 10 tys. produktów. Jej powierzchnia pozwala na rozbudowywanie kategorii oraz testowanie nowości. To, jak podkreśla Bartosz Jonas, jest jedna z podstawowych funkcji drogerii własnych sieci DP – służą za poligony doświadczalne, zanim dana marka czy produkt zostanie zarekomendowana franczyzobiorcom i wprowadzona do całej sieci. Drogeria w Mikołowie musi się zmierzyć z konkurencją hipermarketu Tesco, w którym również są dostępne kosmetyki. – Mamy taki rynek, jaki mamy. Nie da się uciec przed Biedronką, Lidlem, Rossmannem, czy innymi potężnymi konkurentami. Dlatego trzeba cały czas szukać wyróżników swojej oferty, ciągle wyłapywać trendy i wprowadzać nowości. Bazujemy na tym, że wielkie sieci, działające na zasadzie korporacji nie są tak elastyczne, jak my potrafimy być we wprowadzaniu nowego asortymentu, czy akcji promocyjnych – podkreśla Bartosz Jonas. Zarazem dodaje, że choć należy odróżniać się od konkurencji, bardzo ważne jest to, by w planowaniu asortymentu kierować się zdrowym rozsądkiem. – Mamy wiele nowych marek, również takich, które są u nas dostępne na wyłączność. Makeup Revolutin, Freedom, I Have Makeup, Holika, Natur Planet, Provocater – to brandy, na które nasz główny operator hurtowy – firma Błysk – ma wyłączność lub współwylączność dystrybucyjną i na nie kładziemy największy nacisk. Ale na półkach nie brakuje także produktów liderów rynkowych. Trudno jest prowadzić drogerię bez kosmetyków powszechnie znanych – mówi Bartosz Jonas.

W drogerii dostępne są wszystkie najważniejsze kategorie kosmetyków. Które są szczególnym wabikiem na klientów? – Produkty naturalne – odpowiada Bartosz Jonas. – Od kilku lat wszyscy, nie tylko my, podążają w tym kierunku i widać, że moda na naturalne kosmetyki cały czas się utrzymuje. Ogromną popularnością cieszą się produkty azjatyckie – popyt na nie przechodzi wszelkie wyobrażenia. Wielkim zainteresowaniem cieszą się maseczki do twarzy. Wśród wiodących kategorii są także kosmetyki do makijażu oraz do wykonywania manicure’u hybrydowego. Pilnie śledzimy trendy na rynku kosmetycznym oraz zachowania konsumentów i zgodnie z nimi aktualizujemy asortyment – dodaje.

Klientkami drogerii są kobiety w różnym wieku. – Profil klienta jest bardzo szeroki, wiele osób to klientki starsze, ponieważ taki jest przekrój społeczny Mikołowa i taka też jest lokalizacja tej drogerii, w sąsiedztwie Tesco, gdzie robi się codzienne zakupy. Gdybym miał mówić o grupie docelowej, wskazywałbym na osoby młode i w średnim wieku. Dążymy do tego, żeby wśród kupujących było coraz więcej młodych dziewczyn i tak się dzieje. To oznacza, że coraz bardziej otwieramy się na ich potrzeby – podkreśla Bartosz Jonas.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/drogeria-roku-2018-dp-drogerie-polskie-w-mikolowie,46206>