

natura

drogerie

Drogerie Natura to sieć 260 sklepów zlokalizowanych na terenie całego kraju. Asortyment obejmuje bogatą ofertę marek własnych, takich jak KOBO Professional, My Secret, Sensique czy Seyo, oraz popularnych produktów marek kosmetycznych. Każda drogeria to wyjątkowa „Przystań dla Piękna”, w której Klienci znajdą wszystko, co pozwoli podkreślić naturalne piękno. Docenili oni także troskę sieci o najwyższy standard obsługi, czterokrotnie przyznając Drogeriom Natura Godło Jakości Obsługi.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Wyłącznie w Drogeriach Natura nabyć można wyjątkowe kosmetyki do makijażu KOBO Professional, My Secret i Sensique, przy kreacji których współpracuje ceniony makijażysta Daniel Sobieśniewski.

Drogerie Natura to oficjalny partner Programu Bonusowego PAYBACK, który skupia blisko 300 firm partnerskich oraz ponad 130 sklepów online. PAYBACK w Polsce to ponad 13 milionów aktywnych kart, wykorzystywanych przez uczestników Programu.



Kontekst rynkowy

Pierwszy sklep Drogerii Natura został otwarty w Warszawie w 1997 roku. Obecnie sieć zarządzana jest przez firmę Polbita Sp. z o.o., której centrala z częścią biurową znajduje się w Błoniu koło Warszawy. Tam mieści się również Magazyn Centralny, z którego dziennie do prawie 260 drogerii wysyłanych jest ponad 4500 przesyłek. Polbita posiada też kilkanaście Regionalnych Centrów Operacyjnych pełniących rolę magazynów tranzytowych. Obecnie spółka Polbita jest jednym z najpoważniejszych partnerów biznesowych wielu firm kosmetycznych. Oprócz drogerii własnych, do rodziny Drogerii Natura należą również sklepy agencyjne i franczyzowe, które działają pod szyldem sieci. Drogerie Natura w liczbach to:

- około 260 sklepów w całej Polsce;
- ponad 1500 pracowników;
- ponad 150 Starszych Konsultantów, gotowych zawsze służyć Klientom radą i pomocą w zakupach;
- do 11 000 produktów dostępnych w sklepach;
- co 2 tygodnie gazetka z ponad 500 produktami w promocyjnych cenach.

Oferta

W Drogeriach Natura Klienci obok szerokiej gamy produktów do makijażu oraz pielęgnacji twarzy znajdą też profesjonalną pomoc oraz atmosferę sprzyjającą kobiecym zakupom. Pracownicy drogerii przechodzą szkolenia, które pozwalają im udzielać porad odnośnie doboru kosmetyków do danego typu cery czy urody. W ofercie drogerii znajdują się zarówno marki własne, jak i produkty popularnych marek kosmetycznych. Wyłącznie w Drogeriach Natura można nabyć cenione przez Klientki kosmetyki do makijażu, jak My Secret, Sensique czy KOBO Professional oraz do pielęgnacji ciała Seyo. Klienci znajdą w sklepach sieci również produkty do stylizacji włosów, pielęgnacji ciała czy zapachy.

Obecnie sieć współpracuje z wieloma firmami oferującymi takie marki, jak: L'Oreal Paris, Maybelline, Astor, Rimmel, Dr Irena Eris, AA, Dermika, Soraya, Nivea, Dove, Syoss, Schwarzkopf, Head & Shoulders, Pantene, Garnier, Colgate, Gillette, Palmolive. Dzięki takim partnerstwom, w jednym sklepie można znaleźć nawet do 11 000 pozycji asortymentowych.





Osiągnięcia

Od samego początku działalności sieci, czyli od 1997 roku, w centrum zainteresowania Drogerii Natura pozostają Klienci. Na wszystkich poziomach organizacji konsekwentnie promowane są standardy i szkolenia dla pracowników. Dzięki takiemu podejściu, sieć stale się rozwija oraz dba o wysoki poziom jakości obsługi Klienta. To proklienckie nastawienie zostało już czterokrotnie docenione przyznaniem prestiżowego Godła Jakości Obsługi Klienta.

W 2013 roku Drogerie Natura przystąpiły do Programu Bonusowego PAYBACK. Jego uczestnicy mogą zbierać punkty podczas zakupów w popularnych sklepach sprzedaży tradycyjnej oraz online, a zebrane punkty wymieniać na nagrody.

Drogerie Natura angażują się również w działalność społeczną. W 2014 roku sieć została partnerem wspólnej kampanii charytatywnej „Cała reszta to szczęście” zorganizowanej przez Mennicę Polską i Fundację TVN „Nie jesteś sam”. Kampania miała na celu



zbiórkę funduszy na leczenie i rehabilitację najmłodszych. Do akcji można było przyłączyć się, robiąc zakupy w drogeriach. Przy wydawaniu reszty wystarczyło poprosić, aby część kwoty została wydana w Szczęśliwych Dukatach. Jeden Szczęśliwy Dukat stanowił równowartość 5 zł. Łącznie w drogeriach udało się zebrać ponad 90 000 złotych.

Promocja Marki

Marka wykorzystuje tradycyjne kanały komunikacji, takie jak kampanie telewizyjne czy radiowe oraz prowadzi działania w mediach nowoczesnych. Fanpage Drogerii Natura na Facebooku liczy już ponad 100 000 Fanów. Jest to kolejne po sklepach miejsce, gdzie odbywa się bezpośrednia komunikacja z Klientami. Na profilu przeprowadzane są konkursy oraz prezentowane nowości produktowe.

Wartości Marki

Drogerie Natura od 2013 roku występują pod nowym logo. Sieć odeszła od wszelkich ozdobników i urozmaiceń, aby i na tym poziomie zilustrować znaczenie słowa „natura”, czyli czegoś naturalnego, płynącego z wnętrza. Logo podkreśla również filozofię sieci, według której Drogerie Natura są miejscem, gdzie każda Klientka znajdzie wszystko to, czego potrzebuje, aby podkreślić swoje naturalne piękno i jednocześnie móc się zrelaksować. To „Przystań dla Piękna”, która jednocześnie jest miejscem odpoczynku, krótką przerwą w ciągu dnia, a także miejscem, gdzie każda kobieta czuje, że dba o siebie. To przestrzeń, w której znajdzie szeroki asortyment ulubionych kosmetyków, profesjonalne wsparcie oraz przyjemność z robienia zakupów.

www.drogerienatura.pl

HISTORIA MARKI

- 1997:** Otwarcie pierwszej Drogerii Natura w Warszawie.
- 2004:** Wdrożenie do sprzedaży marki kosmetyków do makijażu Sensique.
- 2009:** Wdrożenie do sprzedaży marki kosmetyków do makijażu My Secret.
- 2010:** Wdrożenie do sprzedaży marki kosmetyków do makijażu Kobo Professional.
- 2012:** Wdrożenie do sprzedaży marki kosmetyków do pielęgnacji ciała Seyo.
- 2012:** Kreacja i wdrożenie nowego, aktualnego logo.

