

30
LAT



dpd

DPD Polska to lider krajowego rynku kurierskiego. Firma wyróżnia się znajomością lokalnej specyfiki i potrzeb odbiorców, doskonałą obsługą klienta oraz innowacjami technologicznymi. W 2020 roku doręczyła ponad 193,5 miliona przesyłek, odnotowując 24-procentowy wzrost wolumenu r/r i osiągając rekordowy przychód 2,8 miliarda złotych. W 2021 roku świętuje jubileusz trzydziestolecia działalności.



Kontekst rynkowy

DPD Polska jest liderem krajowego rynku kurierskiego, partnerem dla wielu lokalnych i globalnych firm. Stanowi ważne ogniwo DPDgroup – drugiej co do wielkości międzynarodowej sieci kurierskiej w Europie. Grupa, dzięki ponad 58 tysiącom punktów DPD Pickup na całym kontynencie i pracy ponad 97 tysięcy ekspertów w doręczeniach, łącznie dostarcza 7,5 miliona przesyłek dziennie (razem: 1,9 miliarda w 2020 roku), działając pod nazwami handlowymi: DPD, Chronopost, SEUR i BRT. Intensywny rozwój DPD Polska to przede wszystkim odpowiedź na rosnący popyt na e-commerce. Dla współczesnych nabywców liczy się szybkość i wygoda, a także bezpieczeństwo dostaw. Firma zgodnie z tymi preferencjami zapewnia elastyczne i skuteczne doręczenia pod wskazany adres w ramach prostego procesu. Trwający ogólnoswiatowy kryzys zdrowotny i obowiązujące restrykcje postawiły firmy kurierskie w szczególnej

roli łącznika pomiędzy konsumentami a dostawcami dóbr.

Oferta

DPD Polska świadczy usługi najwyższej jakości dostosowane do indywidualnych potrzeb nadawców i odbiorców przesyłek. Za tą wyjątkową umiejętnością stoi m.in. uważna analiza ich preferencji i oczekiwań, która prezentowana jest w corocznym opracowaniu Barometr E-shopper DPDgroup. W odpowiedzi na wymagania konsumentów firma stworzyła m.in. aplikację mojapaczka.dpd.com.pl, która umożliwia samodzielne zarządzanie przesyłkami. Rozwija także liczącą obecnie 3500 punktów nadeń i odbiorców sieć DPD Pickup, w tym oddziałów miejskich, zlokalizowanych w dzielnicach mieszkalnych lub biznesowych dużych miast. W 2020 roku sieć została rozszerzona o automaty

paczkowe i punkty odbioru w niektórych sieciach handlowych.

W trosce o komfort życia mieszkańców oddziały miejskie realizują doręczenia rowerowe (w tym rowerami cargo), na skuterach i piesze.

W czasie pandemii DPD Polska umożliwiła bezpieczne doręczenia „pod drzwi” lub, w wypadku doręczeń do rąk własnych, z wykorzystaniem jednorazowego unikatowego kodu PIN. Za przesyłkę płać za pobraniem odbiorcy mogą zapłacić wygodnie kartą u kuriera.

Chcąc usprawnić współpracę ze swoimi partnerami biznesowymi, firma wprowadziła usługę DPD Today, która gwarantuje dostarczenie przesyłki w obrębie aglomeracji miejskich jeszcze w dniu nadania. Wdrożyła także Dostawy Nocne jako odpowiedź na doświadczenia z branży fashion; dzięki niej sklepy mogą przyjmować towary także w godzinach nocnych. Firma proponuje również własną platformę sprzedażową, na której klienci

biznesowi mogą zamawiać materiały służące do prawidłowego zabezpieczenia i opakowania przesyłki, w tym wykonane z materiałów biodegradowalnych. W 2020 roku uruchomiła usługę DPD Food, polegającą na dostarczaniu żywności od nadawcy do odbiorcy w kontrolowanej temperaturze, co stanowi odpowiedź na rosnące zainteresowanie zakupami spożywczymi w sieci. DPD Polska odnosi się także z troską do kwestii związanych z ochroną środowiska naturalnego i komfortu życia mieszkańców miast. Realizując cele zrównoważonego rozwoju ONZ (United Nations Sustainable Development Goals) w ramach strategii społecznej odpowiedzialności biznesu DrivingChange™ przyjęła pięć priorytetów: „Neutralni dla środowiska”, „Przyjazna logistyka miejska”, „Innowacyjna przedsiębiorczość”, „Bliżej społeczności” i „Pracodawca z wyboru”. W bieżącej działalności koncentruje się na logistyce miejskiej i redukcji śladu węglowego – racjonalizuje ruch kołowy, wprowadza doręczenia nisko- i zeroemisyjne włączając do floty pojazdów elektryczne wany czy rowery, wdraża projekt monitorowania jakości powietrza, dokonuje certyfikowanych zakupów zielonej energii, instaluje kolektory słoneczne w nowych obiektach, oszczędza zasoby w swoich biurach oraz wprowadza biodegradowalne opakowania. W 2020 roku kontynuowała wdrażanie modelu zakładającego decentralizację procesów logistycznych, otwierając sortownię regionalną w Rudzie Śląskiej. Stawiając kolejne obiekty firma zapewnia krótsze i szybsze połączenia i tym samym zmniejsza emisję.

Osiągnięcia

DPD Polska kolejny rok utrzymuje pozycję lidera na polskim rynku przesyłek kurierskich, zachowując wysoką dynamikę wzrostu. Firma po raz szósty z rzędu cieszy się tytułem „Superbrands”, przyznawanym najsilniejszym



HISTORIA MARKI

1991 DPD Polska rozpoczyna działalność jako Masterlink Express – spółka ze stuprocentowym polskim kapitałem.

1998 Firma zostaje kupiona przez Grupę Poczty Szwedzkiej.

2002 Spółka zostaje oficjalnym przedstawicielem DPD w Polsce i zyskuje dostęp do sieci obejmującej ponad 30 krajów europejskich.

2004 DPDgroup roku staje się częścią holdingu GeoPost, należącego do poczty francuskiej La Poste.



markom w kraju. W 2020 roku, podobnie jak rok wcześniej, otrzymała godło „Marka Godna Zaufania”, przyznawane przez miesięcznik My Company Polska na podstawie badania przeprowadzonego przez Kantar Millward Brown. W 2020 roku odebrała również statuetki: „Gwiazda Jakości Obsługi 2020” oraz „Gwiazda Dekady 2010-2020” w kategorii „Usługi kurierskie”. Jej pozycję lidera branży potwierdza raport międzynarodowej firmy Gemius „E-commerce w Polsce 2020”, w którym okazała się firmą kurierską najchętniej wybieraną przez klientów e-sklepów. DPD Polska to także uznany pracodawca. W 2020 roku przyznano jej prestiżowy tytuł „Great Place To Work,” wyróżniający najlepsze miejsca pracy w kraju. Firma znalazła się także w gronie najlepszych pracodawców magazynu Forbes.

Promocja Marki

W 2017 roku firma powołała do życia Fundację DPD Polska, której celem jest pomoc kurierom i kierowcom oraz ich rodzinom w potrzebie. Przez 3,5 roku działalności, dzięki zaangażowaniu setek wolontariuszy i darczyńców oraz wsparciu fundatora, pomogła łącznie już 40 osobom.

W 2020 roku firma wzmocniła także zobowiązanie dotyczące zmniejszenia śladu węglowego, co komunikowała w kampanii „ZIEMIA to nasz #WspólnyAdres” („We all share the #SameAdress”), a do kolorów i motywów identyfikujących markę dołączyły zieleń i listki. Troska o otoczenie to również troska o społeczność. W minionym roku aktywnie firma wspierała walkę



TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- DPDgroup zajmuje 1. miejsce na rynku dobrowolnego offsetu węglowego w branży kurierskiej, zapewniając wsparcie dla siedmiu projektów.
- Firma prowadzi w wybranych miastach pomiary jakości powietrza wykorzystując czujniki zainstalowane na samochodach i w oddziałach.
- Do 2025 w Europie pojawi się: 3600 stacji ładowania pojazdów elektrycznych, 80 nowych oddziałów miejskich, 7000 pojazdów z napędem alternatywnym
- Ponad 200 milionów euro zostanie zainwestowanych przez DPDgroup do 2025 roku w poprawę jakości życia w 225 miastach Europy.

80%

Co najmniej o tyle DPDgroup zmniejszy do 2025 szkodliwe emisje.

z epidemią koronawirusa, włączając się w akcje na rzecz pomocy szpitalom i medykom.

W 2020 roku DPD Polska już po raz drugi przeprowadziła spektakularną pod względem efektów akcją rejestracji potencjalnych dawców komórek macierzystych dla Fundacji DKMS. Włączyła się także w liczne przedsięwzięcia charytatywne na rzecz podopiecznych szpitali, hospicjów i domów dziecka.

W ramach postulatów „Innowacyjna Przedsiębiorczość” była partnerem Fundacji Nowych Technologii, a także wraz z Towarzystwem Nasz Dom realizuje program Kierunek Samodzielność zapewniający podopiecznym placówek opiekuńczo-wychowawczych możliwość ubiegania się o kursy ułatwiające start w dorosłe życie. Mimo pandemii DPD Polska kontynuuje także działania na rzecz promocji sportu i aktywnego stylu życia, m.in. jako jeden z partnerów Polskiego Związku Piłki Siatkowej i wielu klubów sportowych.

www.dpd.com

połączeń drogowych w całej Europie – są powszechnie dostępne.

2018 DPD wprowadza usługę DPD Today oraz dostawy nocne do sklepów stacjonarnych.

2019 Następuje intensywny rozwój logistyki miejskiej, w tym sieci oddziałów zlokalizowanych w dzielnicach mieszkalnych i biznesowych.

2020 Firma kontynuuje działania na rzecz zrównoważonego rozwoju, m.in. rozszerzając flotę e-pojazdów i stawiając stacje ładowania do nich. Dziś na polskich drogach jeździ już 100 elektrycznych vanów.