



DEDRA INNOVATIONS PŘÍMO K VÁM

HISTORIE

Od roku 1995 se výrobky pod značkou DEDRA prodávaly v běžné síti supermarketů. Obchodní značky nejnámějších produktů byly: KAMENOŽROUT, ANTIFLEK, SENA, GOSH a další. V nabídce společnosti figurovaly práškové prací prostředky, tekuté prací prostředky a aviváže. Časem přišly tablety do myček nádobí a na praní prádla. Výrobní řadu rozšířila společnost i o prací prostředky na sportovní oblečení, černé prádlo a o další specializované produkty. V průběhu let však DEDRA čím dál častěji narázela na neústupnost obchodních řetězců a jejich tlak na neustálé snižování výrobních cen a redukci sortimentu. To brzdilo v inovaci. Na obchodních jednáních největších obchodních řetězců slyšelo vedení společnosti, že jako česká firma musí být DEDRA tou nejlevnější na trhu. Argumentem vždy bylo, že všechny české firmy jsou levnější než zahraniční konkurence. S tím se společnost DEDRA odmítla ztotožnit.

V roce 2005 přišel čas na rozhodnutí. DEDRA zcela změnila svou prodejní strategii. Distribuční cestu od řetězců a velkoobchodů zaměřila směrem k přímému prodeji prostřednictvím vlastního katalogu, sítě prodejců a následně také internetu. Tentokrát úplně bez řetězců, bez kompromisů a bez potřeby obhajovat své cíle a snahy být nejlepším výrobcem drogerie na trhu. V roce 2007 firma na základě vyhodnocení potřeb a přání svých zákazníků začala zvětšovat nabídku vlastních drogistických a kosmetických



výrobní. Do nabídky postupně zavedla prémiové kuchyňské doplňky, úklidové náčiní, sezónní i trvalé dekorace. Postupem času se nabídka rozšířila o oděvy, obuv, módní doplňky a šperky. V roce 2013 nabídku navýšila o bytový textil a v roce 2014 o hračky a kuchyňské elektrospotřebiče. Rok 2015 byl ve znamení kuchyňských doplňků včetně elektrospotřebičů. Nově zavedené bytové dekorace nabízejí také originální nábytek. Vznikla nová řada INTIMWELLNESS – výrobky pro intimní hygienu a intimní wellness. Všechny produkty rozšířené nabídky si společnost navrhuje sama

a zadává jejich výrobu prověřeným partnerům. V roce 2017 zavedla DEDRA novou aromaterapeutickou řadu LA COLLECTION PRIVÉE. Jedná se o 15 vůní, které lahodí barevnou sjednoceností oku a svými parfémami si podmaní i vytríbené nosánky. Řada obsahuje sprchové gely, inovativní parfém na ruce, originální glycerinová mýdla a Eau de parfum. Největších úspěchů v historii značky DEDRA dosáhla firma vždy díky nadhledu a smyslu pro sebeironii. Jedním z nich bylo například v roce 1998 zavedení „BĚŽNÉHO PRACÍHO PROSTŘEDKU“ – tedy toho, který vždy tak nevybíravě všichni výrobci pracích prostředků kritizují a srovnávají se svým zázračným produktem. Už týden po zavedení na trh se o DEDŘE psalo na titulních stranách českých novin. Psalo se o ní i na titulní straně THE WALL STREET JOURNAL, v prestižním časopise FORTUNE, který DEDRU v samostatném článku „BEHIND THE

IRONY CURTAIN“ („za oponou ironie“) označil za firmu se smyslem pro nadsázku a humor ve srovnání s ostatními firmami.

INOVACE

Pojem inovace je pro DEDRU zásadní, proto se také stal součástí loga již roku 2006. V roce 2015 dochází k remodelaci loga DEDRA INNOVATIONS, které je nyní v červeném srdci. Srdce reflektuje postoj věrných zákazníků, kterým se značka DEDRA dostala „pod kůži“ a prožívají všechny úspěchy, novinky a inovace jako svoji „srdcovku“.



V oblasti vývoje a výzkumu vlastních produktů se DEDRA snaží o neustálé inovace a změny. A právě proto neustále sleduje trendy v oboru, aby mohla pružně reagovat a nabídnout novinky zákazníkům rychleji než konkurence.

HODNOTA ZNAČKY

V současné době působí DEDRA na českém, slovenském a polském trhu. Znalost prostředí přivedla společnost na to, že zákazníci mají i smysl pro humor, mnohdy i sarkasmus. Společnosti DEDRA není cizí nadhled, což se projevuje mimo jiné v pojmenování produktů fantazijními názvy jako MASOŠTOUCH, NANUKÁTOR, FCUCPOKLICE, VODNESŮKLID, NEKAPÁTKO, PTÁČKOMAT, KORKOTVÍRAK, FLÁŠKÁTOR, SALÁTOŽDÍMADLO, ČESNEKÁTOR a mnohými dalšími. Názvy produktů byly zpočátku mnohdy používány jen z nadsázky, dokud se nenašel seriózní název pro daný produkt. Z původně neplánovaného se časem stal firmní sport a zábavnější část zavádění novinky na trh, do kterého se zapojují vždy celý kreativní tým. K zákazníkům přistupují zaměstnanci DEDRY vždy s pokorou a respektem. Cílem je, aby se k DEDŘE zákazník s důvěrou vrátil. DEDRA zrychlila reklamační proces a snaží se, aby zátěž byla na straně firmy a nikoliv na straně zákazníka. Jedině tak jde zajistit, aby se k ní lidé vrátili.

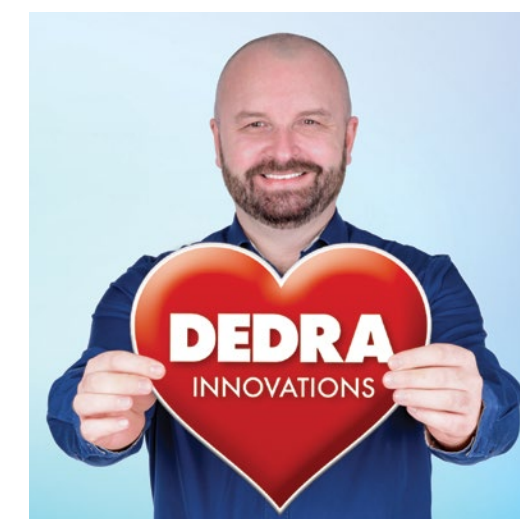
KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Samotným prodejem pro firmu DEDRA práce nekončí. Uvědomuje si, že zákazník potřebuje komunikovat. Chce sdílet

svoje zkušenosti, pochubit se výsledkem a mnohdy potřebuje poradit, když se ocitne v nesnázích. Základem získání pro firmu velmi podstatné zpětné vazby je aktivní komunikace na sociálních sítích. Právě ty nabízejí okamžitou zpětnou vazbu v momentu zavedení nového produktu na trh a firma pak může stejně rychle reagovat zpět (inovace, zlepšení), což se při klasickém prodeji v supermarketu nikdy nepodaří. Za velký úspěch považuje firma DEDRA již čtvrté ocenění SUPERBRANDS v řadě, a to pro roky 2015, 2016, 2017, 2018.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

S ohledem na ochranu životního prostředí, které je pro firmu prioritou, vyvíjí a vyrábí DEDRA své drogistické výrobky vždy tak, aby měly menší dávkování než ostatní produkty. Koncentrovaný výrobek potřebuje menší obal, po kterém zbyde méně odpadu a za celou jeho výrobu a přepravu k zákazníkům bude vyprodukováno méně CO₂. Nad ekologií a používáním odlehčených a recyklovatelných obalů se DEDRA zamýšlí s každým novým produktem. Mezi charitativní projekty dlouhodobě podporované společností DEDRA patří HOSPIC ANEŽKY ČESKÉ v Červeném Kostelci, který se věnuje paliativní péči. Dále DEDRA podporuje nadaci DEJME DĚTEM ŠANCI pro děti z dětských domovů a děti, které opouštějí dětské domovy.



FRANTIŠEK ČERNÝ

ŘEDITEL SPOLEČNOSTI OD ROKU 1995 (23 LET)

„Již 23 let se snažíme o to, abychom zákazníkům ukázali možnost zvolit jiné produkty, než na které jsou zvyklí ze supermarketů. Aktivní osvětlovač prostřednictvím katalogů, webu a sociálních sítí jim poskytujeme ucelené informace o tom, jak se nejlépe zorientovat mezi nabídkou a že mohou zvolit mnohdy ekologičtější koncentrované produkty, které mají menší obaly, z nichž vzniká méně odpadu a celkově jsou příznivější pro ochranu životního prostředí. Tomuto krédu jsme věni již od roku 1995 a hodláme v tomto trendu pokračovat. Víme, že patříme na trhu mezi inovátory a ostatní firmy se z našich řešení inspiroují. Velmi nás těší, že i malá firma se může stát pro velké nadnárodní koncerny inspirací.“

ZAJÍMAVOSTI

- 12 KATALOGŮ ROČNĚ, KAŽDÝ MĚSÍC NOVÁ NABÍDKA PRO NETRPLIVÉ ZÁKAZNÍKY, KTERÍ SE NA NOVINKY MOC TĚŠÍ.
- 1 – JAKO PRVNÍ V ZEMÍCH VÝCHODNÍHO BLOKU ZAČALA DEDRA VYRÁBĚT TABLETY DO MYČEK NÁDOBÍ.
- 1 – JAKO PRVNÍ V ČR A SR ZAVEDLA DEDRA NA TRH PARFÉM NA RUCI, KTERÝ RUCI OŠETŘÍ A ZAJISTÍ KRÁSNOU VŮNI.

