

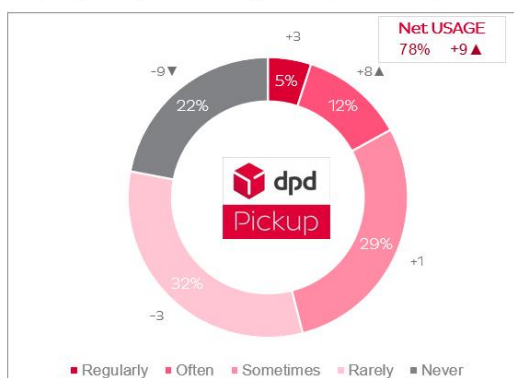
DPD – Doručujeme pěkný den

Výsledky

Kreativní platforma „Doručujeme pěkný den“ jednoznačně prokázala, že i obchodní cíle je možné ve velmi krátké době doručit prostřednictvím komunikace založené na emocích:

- **Meziroční nárůst počtu balíků doručovaných do boxů a výdejen: +450 % vs. plán +70 %** (Zdroj: obchodní data DPD)
- **Frekvence využívání DPD boxů a výdejen jednotlivými zákazníky DPD se navýšila o 9 procentních bodů** oproti 2021

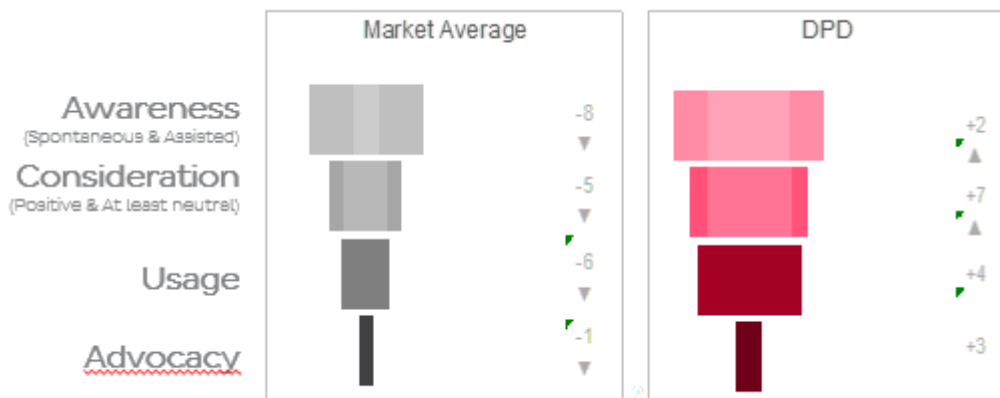
Frequency of usage – Asked among total target when Pickup known



- **Znalost** služby DPD Pickup (výdejní místa / boxy) meziročně stoupla o 5 procentních bodů v parametru „znám“ a polepšila si o 6 p. b. v parametru „neznám“
- **Zaznamenání** DPD boxů meziročně vzrostlo o 11 procentních bodů a výdejen o 9 p. b. vs. plán 5 p. b.

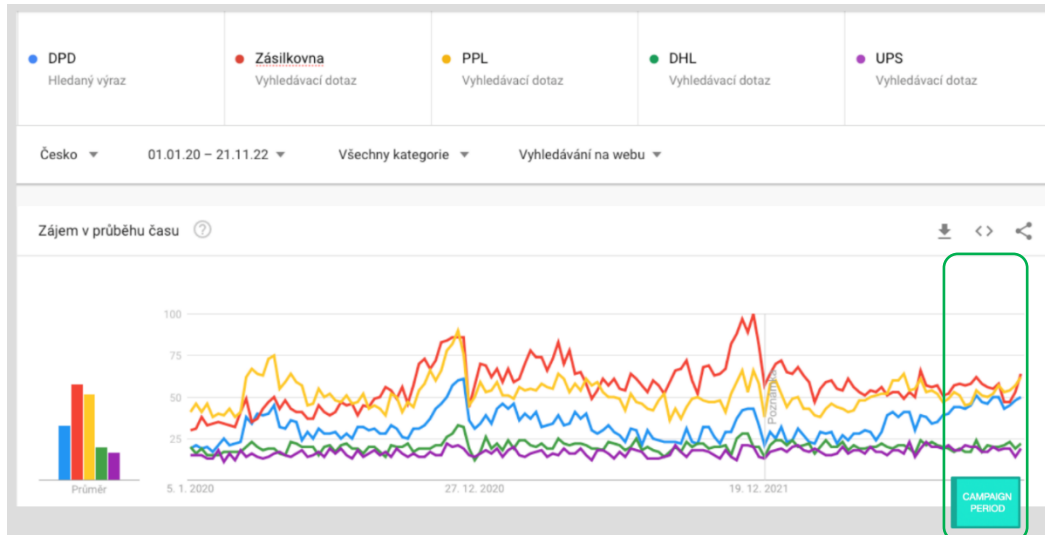
Jedná se tak o největší meziroční zlepšení ze všech hráčů na trhu

- **DPD Brand funnel** za 2022 se signifikantně zlepšil ve všech částech (awareness, consideration, usage, advocacy) – nejvíce pak u zvažování. Funnel za trh jako celek se naopak zhoršil



(Zdroj všech dat: GfK - Brand KPI výzkum)

- Podíl na **vyhledávání DPD na internetu** výrazně vzrostl a dostal se na úroveň leaderů trhu (Zásilkovny a PPL) a současně vzrostly o cca 25 % i **přímé návštěvy webu** (tj. bez prokliků z bannerů)



Na základě výsledků v České republice převzalo kreativní koncept i slovenské DPD, kde koncept také úspěšně funguje. Jednání o adaptaci konceptu nyní probíhají i s Maďarskem. Je to poprvé, kdy koncept vyvinutý pro DPD CZ přebírají i další země skupiny.