

# עמינח

עמינח חיפשה מנוע צמיחה שייתן מענה ייעודי לשינוי במודעות לאורח חיים בריא. הפתרון: לקחת נעל ספורט ולהעביר אותה לחדר המיטות

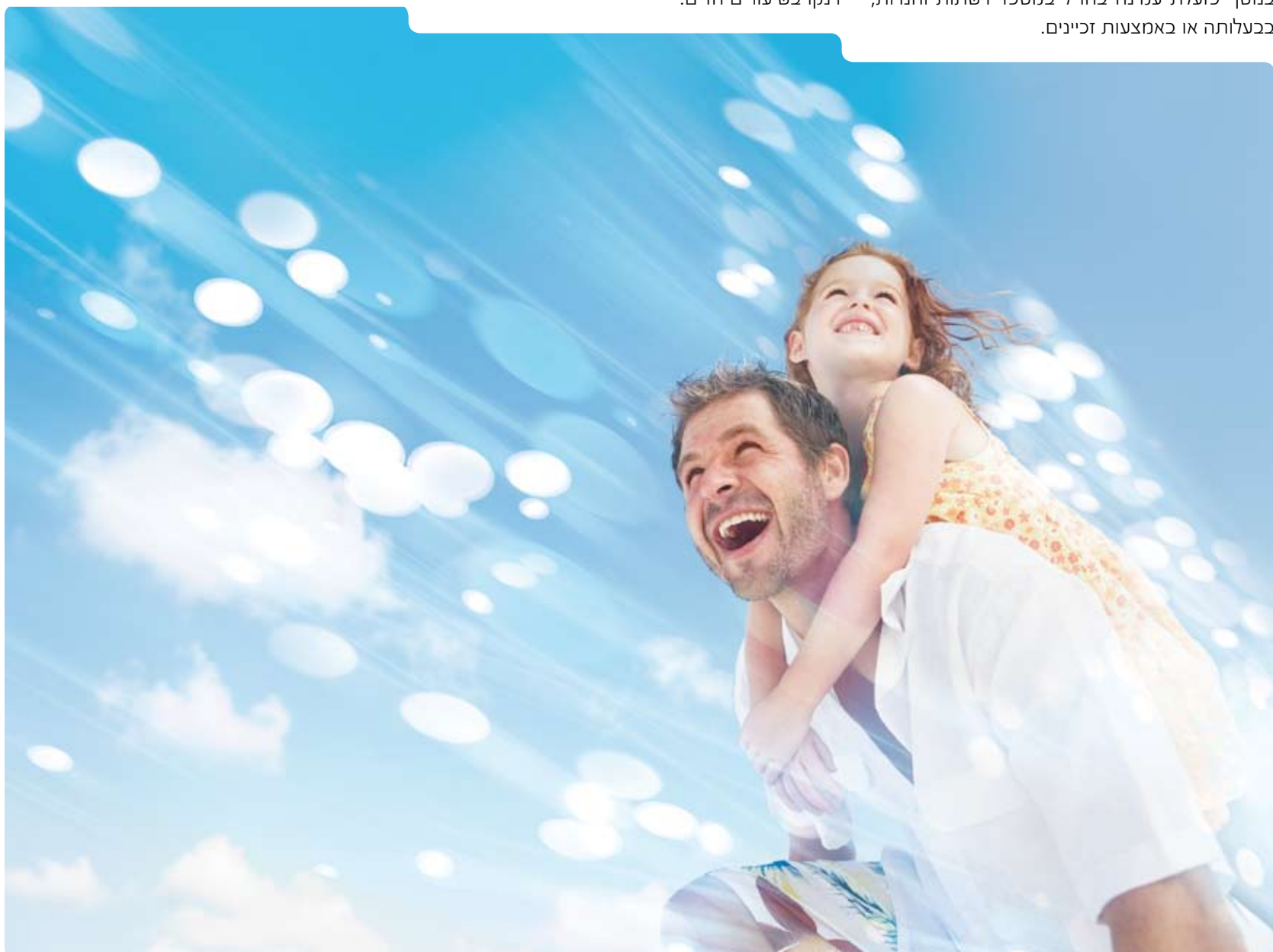
## האתגרים השיווקיים

לכל אורך שנות קיומה, עמינח הפגינה חדשנות מוצרית, כמו גם חדשנות שיווקית, והתחברה ראשונה לטרנדים ולמגמות שמוכילים את עולם השינה. כחלק מה-DNA השיווקי שלה, עמינח הייתה צריכה לזהות את הידבר החם הבאי ולתת לו מענה מוצרי ומעטפת שיווקית מתאימה, כדי להפוך אותו למנוע צמיחה.

## הסביבה התחרותית

עולם השינה עבר מהפכה בשנים האחרונות. כיום, מזרן נקנה לא כמוצר פונקציונאלי אלא כחלק ממערך שלם של סגנון חיים בריא. המודעות לבריאות ולאורח חיים נכון יצרה בשנים האחרונות טרנד של אורח חיים ספורטיבי. יותר ויותר ישראלים עוסקים בפעילויות ספורטיביות, חל גידול ניכר במספר מכוני הכושר בישראל וריצה ורכיבה על אופניים זינקו בשיעורים חדים.

עמינח הוא מותג משפחתי בבעלות משפחת שוורץ, הפועל בישראל מאז שנת 1965 ומתמחה בפתרונות לעולם השינה: מיטות ומזרנים. עמינח הייתה אחראית להשקתם של מותגים אייקוניים כדוגמת המרכז הבריאותי, KING KOIL, ספפה, מיטה וחצי ואמריקן קומפורט. בנוסף, בבעלות החברה מספר רשתות: עמינח סנטר, גוד נייט, אמריקן קומפורט ועמינח מדיק, המתמחה במזרנים ובמיטות לחולים סיעודיים. בנוסף פועלת עמינח בחו"ל במספר רשתות וחנויות, בבעלותה או באמצעות זכיינים.





www.aminach.co.il

## דברים שלא ידעת על עמינח

- בממוצע, אנו מאבדים חצי ליטר נוזלים בהזעה תוך כדי שינה.
- מנהל השיווק של רים, מותג שהתחרה בזמנו עמינח ואחר כך נרכש על ידה, היה ראש הממשלה המכהן, בנימין נתניהו.
- סנדי בר, אגם רודברג, עומר ברנע ואחרים - התחילו את קריירת הדוגמנות שלהם כילדים, המקפצים על ספה של עמינח.

בעמינח הבינו, שבמציאות העכשווית המותג הוא לא ספק פונקציונאלי של אביזרים לשינה, אלא מספק לצרכנים תועלות נוספות, שבמרכזן היכולת להתעורר לבוקר חדש, כשהם מלאי אנרגיה. במסגרת המיתוג החדש רוענן הלוגו והוא מוקם בתוך סביבה של דימויים אנרגטיים. הלוגו, הצבעוניות והויזואלים ישמשו מעתה את החברה בכל ממשקי המותג שבהם תרצה להיות מזוהה: קמפיינים, מוצרים, נקודות מכירה ועוד.

השקת המזרן נעשתה כולה ברוח ספורטיבית והתקיימה בהיכל נוקיה בתל אביב. כחלק מהשקת המזרן ערכה עמינח את 'מירוץ המזרנים הגדול', שהיה המירוץ הראשון מסוגו בעולם, ובמסגרתו התבקשו המתחרים להקיף בריצה את היכל נוקיה, כשהם נושאים על גבם מזרן ספורט.

עמינח גם הפכה לנותנת החסות הראשית לליגת הטריאתלון הישראלית, ששמה שונה ל'ליגת עמינח לטריאתלון'. קמפיין הפרסום של מזרן עמינח ספורט כלל סרטון טלוויזיה, זכיר ואהוד, ונראה בו רופא המדגים את הלחצים באמצעות עמוד שדרה מונפש, כל זאת כדי להדגים את הלחצים האקוטיים, המופעלים על עמוד השדרה בזמן פעילות ספורטיבית.

כחלק מהמלך השיווקי, עמינח ממנפת את שיתוף הפעולה עם מכון וינגייט ומקדמת מחקרים בתחום רפואת הספורט, הבודקים את הקשר שבין מנוחת לילה טובה לבין הישגים ספורטיביים, כדי לתקשר את המסר לצרכנים ש"אם מזרן עמינח ספורט טוב לספורטאי מכוון וינגייט הוא בודאי טוב גם בשבילך".

## מיתוג מחדש

במהלך 2010 עברה עמינח תהליך של מיתוג מחדש של מותג התאגיד.

## הפתרונות היצירתיים

במסגרת מהלך שמוכיל רוני שוורץ, מנכ"ל קבוצת עמינח, החלה עמינח לפתח, לייצר ולשווק קו מזרנים חדש, המיועד לאנשים העוסקים בספורט.

מחקרים גילו, כי בזמן פעילות ספורטיבית עמוד השדרה נתון ללחצים ולעומסים אקוטיים. עוד נמצא, כי קיים קשר ישיר בין שינה טובה להישגים ספורטיביים. מחקרים מראים, כי ספורטאים שישנו טוב יותר הגיעו להישגים ספורטיביים גבוהים יותר.

בעמינח זיהו את המגמה המתגברת של עליית החשיבות והמודעות לאורח חיים בריא, והחליטו לחבר לו את הפתרון: קו מזרנים המותאם לספורטאים.

כדי להגיע לפתרון מוצרי בעולם המזרנים, שיסייע להקל על הלחצים המופעלים על עמוד השדרה של הספורטאים, ויספק פתרון למנוחה טובה יותר לחוליות הגב לאחר מאמץ ספורטיבי, נבחנה הטכנולוגיה שעל פיה מפתחים נעלי ספורט.

נעלי ספורט מיוצרות מחומרים מתקדמים, הכוללים בולם זעזועים, המקלים על הלחצים המופעלים על הגוף. בעמינח החליטו, שפתרון טכנולוגי מהסוג הזה יוכל להתאים גם לעולם המזרנים, והתוצאה הייתה פיתוח מזרן - עמינח ספורט עם ג'ל אקטיבי - שקיבל השראה מאלמנטים הנמצאים בשימוש בנעל ספורט.

כך למשל, החלק המרכזי של המזרן החדש עשוי מג'ל פולימרי מיוחד בולם זעזועים, זהה לג'ל שנעשה בו שימוש בסוליות של נעלי ספורט, וזאת על מנת לשכך זעזועים ולספק תמיכה טובה יותר לחוליות הגב לאחר מאמץ ספורטיבי.

בנוסף, הבד העוטף את המזרן עשוי מבדים מנדפי זיעה העשויים מאותו סיב שבו עושים שימוש בנעלי ספורט ובאופנת ספורט, ושנועדו לשמור על הגוף יבש וצונן במהלך כל הלילה.

ולסיום, נעשה שימוש בכדים אווריריים, תלת ממדיים, המזכירים במראם את צידה החיצוני של נעל ספורט, ומסייעים לאוורור של המזרן.

התוצאה: פיתוח ישראלי ייחודי של מזרן, המשכך לחצים הנובעים מעשיית ספורט ותומך בעמוד השדרה, כדי שאפשר יהיה לקום בבוקר, לאחר שנת לילה ארוכה ורגועה, ליום חדש של ספורט.

לאחר שבחן את המזרן החדש, החליט מכון וינגייט להפוך אותו למזרן הרשמי של הספורטאים המתאמנים במכון. גם קבוצת הכדורסל של מכבי תל אביב הפכה את עמינח ספורט למזרן הרשמי של שחקני הקבוצה.



2010

עמינח משיקה מיתוג מחדש המבוסס על פרצי אנרגיה.

2010

עמינח מפתחת ומשיקה את עמינח SPORT.

2009

עמינח פותחת חנות AMINACH ראשונה בלוס אנג'לס.

1970

עמינח משיקה את 'המרכז הבריאותי'.

1965

המותג 'עמינח' מושק בישראל.

1935

משה שוורץ עולה מפולין ומתחיל לייצר מזרנים.