



בשנת 2008, לאחר שהגיעה לפריסה ארצית רחבה, החליטה ארומה ישראל להמשיך ולחזק את תפיסת המותג, במטרה לשמר לקוחות קיימים ולהוסיף לקוחות חדשים. לשם כך, יישמה הרשת אסטרטגיה המשמרת את רוח היזמות והחדשנות שלה

המבוססת על איורים גרפיים מתוך תרבות המותג, והדגשת אלמנטים ויזואליים, אשר מזוהים עם המותג כדוגמת כוס ה-Take Away של ארומה.

חדשנות:

מראשית דרכה, חדשנות היא ערך שמלווה את הרשת. ארומה הייתה רשת בתי הקפה הראשונה להכניס מסכי קופה דיגיטליים לסניפיה והראשונה להציב מסכי פלאזמה בהם הוצגו תכנים ויזואליים שונים אשר ביחד עם מוסיקה שנבחרה במיוחד, מהווים חלק מרכזי ביצירת האווירה בסניפים.

ארומה גם מזוהה עם אייס ארומה - משקה הקפה הקר במרקם ברד, עם שירותי Take Away מהירים של קפה

14 שנים של צמיחה, הגיע המותג כמעט לכל פינה בישראל. הרשת זיהתה צורך לשמר את הרוח היזמית והחדשנית של הרשת, גם כשמדובר בקרוב ל-100 סניפים, ולהבטיח את שביעות רצון הלקוחות ואחידות השירות והמוצרים.

הפתרונות היצירתיים

בעבודת המטה שבוצעה נבנתה מפת ערכי המותג. מה שנמצא הוא שקיימים ארבעה תחומים, שמאז הקמת הרשת נמצאים בלב העשייה והאסטרטגיה שלה: חדשנות, בריאות, אחריות חברתית ואיכות הקפה. הוחלט שתחומים אלו יהיו 'אבני הבניין' שיהוו את האסטרטגיה גם בעתיד. במקביל, בוצע תהליך מקיף של בניית שפה עיצובית

בשנת 1994 נפתח בירושלים האספרסו בר הראשון הנושא את השם ארומה ומאז חוותה הרשת התרחבות מואצת. 16 שנים לאחר הקמתה מונה הרשת יותר מ-100 סניפים בזכיינות, משרתת 100 אלף צרכנים בכל יום, ופועלת בחו"ל תחת השם aroma בארצות הברית, קנדה ואוקראינה, ותחת המותג marrone rosso ("חום-אדום", צבע פולי הקפה) ברומניה, קפריסין ובקזחסטן. הרשת מייצרת בעצמה את רוב המוצרים הנמכרים בסניפים ומחזיקה בבעלותה בית מאפה, מפעל לקליית קפה ומפעל לייצור פירות חתוכים ורטבים.

האתגרים השיווקיים

שנת 2008 הייתה שנה מאתגרת בעבור ארומה. לאחר





www.aroma.co.il

דברים שלא ידעת על ארומה

- אחד העובדים הוותיקים ברשת הוא עובד בעל מוגבלות, שעובד בסניף בירושלים מיום הקמת הרשת.
- תחזית מזג האוויר המוצגת על הפלזמות בסניפי הרשת ממותגת ומעוצבת בדיוק כמו כוס ה-take away של הרשת.

שיפור טעם הקפה שלה דרך איתור מקורות איכותיים לפולי הקפה ושיפור הרכב תערובות הקפה.

תוצאות המהלך

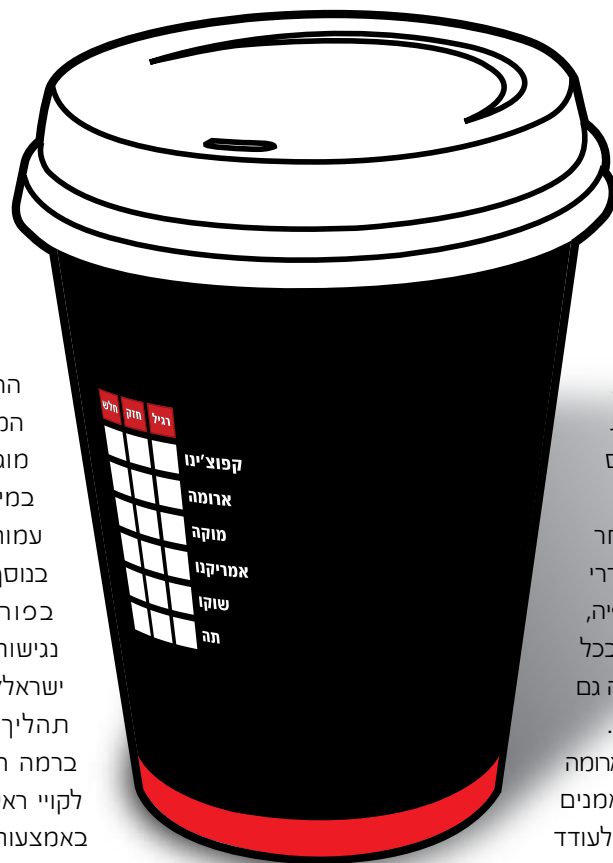
הפעולות שביצעה ארומה ישראל בשנתיים האחרונות חיזקו את העמדות החיוביות של הצרכנים כלפי המותג ולגבי מובילותו גם בעתיד. הבניית התהליכים ברשת יסייעו לרשת לשכפל את הצלחתה להקמת סניפים מחוץ לישראל, שיהוו את מנוע הצמיחה העתידי שלה.

החד פעמי במפעל אריזה המעסיק 40 עובדות בעלות מוגבלויות, מפעל שהוקם במיוחד לצורך זה בשיתוף עמותת אלווין ישראל. בנוסף, ארומה ישראל פעילה בפורום עסקים מקדמים נגישות של "עמותת נגישות ישראל" ונמצאת בעיצומו של תהליך הנגשת הסניפים הן ברמה הפיסית והן בהקלה על לקויי ראייה המבקרים בסניפים באמצעות הצבת תפריטי ברייל ותפריטים שמודפסים מותאמים לכבדי ראייה.

בשנים האחרונות פעילה הרשת גם בתחום האחריות הסביבתית ומשתמשת בכליסימנטים, אריזות ושקיות נייר ממוחזר ומתמחזר. בנוסף, החלה הרשת תהליך של צמצום ומחזור הפסולת המיוצרת בסניפים ובמפעלים, יחד עם תהליך של התייעלות אנרגטית בסניפים.

איכות הקפה:

ארומה בדקה ומצאה, שמה שמשפיע על תפיסת טעם הקפה של הצרכן הישראלי היא ההערכה שלו למקצועיות של האנשים שמכינים עבורם את הקפה (הבריטי). כתוצאה מכך, הגדילה הרשת את השקעתה בהדרכה ובשדרוג המקצועיות של הבריטי בסניפים, תוך מתן תמריצים לבריטי שיחזיקו במשרתם לאורך זמן. הרשת גם בנתה מרכז הדרכה בהשקעה של מאות אלפי שקלים ומקיימת אליפות פנימית, במסגרתה התמודדו בחודש מאי האחרון 52 עובדים שמתוכם 16 הגיעו לגמר הארצי. במקביל, הרשת ממשיכה בתהליך של



ומזון, ובייחוד עם הענקת קוביית שוקולד ממותגת בכל פעם שלקוח מזמין כוס קפה. בשנתיים האחרונות, לאחר שארומה כבר הציבה משדרי WiFi לגלישה חופשית בסניפיה, היא הציבה מחשבים ניידים בכל סניף על מנת לאפשר גלישה גם ללקוחות חסרי מחשב נייד. בנוסף, חוזק הליבל המוזיקלי ארומה music המפיק אלבומים לאמנים ישראליים, שהוקם במטרה לעודד ולקדם אמנים ומוסיקה ישראליים.

בריאות:

בריאות היא חלק בלתי נפרד מארומה מעצם הקונספט הבסיסי של צורת התפעול ברשת: הכנה במקום ולפי הזמנה. שיטת תפעול זו מבטיחה טריות שחשובה לצרכנים ותורמת לבריאות. ובנוסף, השקיפות המאפיינת את פעילות הרשת הן ברמת המידע והן ברמת תיכנון המטבחים החצי פתוחים בסניפים, מחזקת אף היא את ערך זה.

כדי לחזק את ערך הבריאות החליטה ארומה ישראל להקים מפעל לפירות חתוכים ורטבים שיאפשר לה לשלוט טוב יותר באיכות ובטריות חומרי הגלם. בנוסף, לארומה חוברת תזונה נכונה הכוללת כיום חלק מובחר ממוצרי הרשת כולל הערכים התזונתיים המלאים שלהם ובמסגרת קד"מ הדדי עם 'שומרי משקל' גם את ערכם בנקודות על-פי שיטת הנקודות. באתר הרשת מופיעים הערכים התזונתיים של רוב המוצרים והמנות. ארומה גם הוסיפה מוצרים ללא גלוקן לתפריט המאפים שלה והיא מתכננת להרחיב היצע מוצרים אלו בעתיד.

אחריות חברתית:

מיומה הראשון מחוייבת ארומה לתחום האחריות החברתית ובמיוחד לקידום ושילוב אנשים עם מוגבלויות בחברה הישראלית. כבר בשנת 1996 הועסקו בסניף הראשון עובדים עם מוגבלויות וכיום מעסיקים זכייני הרשת מעל ל-160 עובדים עם מוגבלויות, המהווים 5% מכלל העובדים ברשת. בנוסף, אורזת ארומה את כל הסכומים



2009

הסניף ה-100 של ארומה נפתח בישראל בטיילת בת ים.

2006

הסניף הראשון של ארומה ישראל מחוץ לישראל נפתח בניו יורק.

2001

הרשת מקימה מאפיה ללחמים ומאפים.

2001

סניף המנופים הרצליה - הסניף הראשון של ארומה שנפתח מחוץ לירושלים.

1994

נפתח הסניף הראשון של ארומה בירושלים.