

הום סנטר מה השאלה?

רשת ה"עשה זאת בעצמך" הום סנטר, מספקת פתרונות לשיפור ולתחזוקת הבית - מבפנים ומבחוץ. בשנים האחרונות, הרשת פועלת כדי לבדל את עצמה מהתחרות אל מול רשתות השיווק והחנויות הפרטיות, ולבנות מערכת יחסים ארוכת טווח עם הצרכנים

חשוב להם כי הפריט, המוצר או השירות שהם רוכשים, יותאם להם אישית: לאישיותם, לצרכיהם ולתחומי העניין שלהם. רשת שיווק שתבצע את ההתאמות האלה - תזכה בנאמנותם.

האתגרים השיווקיים

הום סנטר פועלת לבדל את עצמה מן המתחרים ולבנות מערכת יחסים ארוכת טווח עם הצרכנים. בנוסף, הרשת מעוניינת להגדיל את מספר ותדירות המכשירים עם הצרכן במהלך השנה. במקביל, הרשת צריכה לחקור ולהבין את התנהגות הצרכנים, ולבנות פתרונות הן ברמת המוצר והן ברמת רצפת המכירה.

הפתרונות היצירתיים

כחמשך לפעילות השיווקית בשנים האחרונות, ששמה את תחומי הליכה של ה-DIY במרכז העשייה השיווקית של הרשת, הום סנטר מחליטה לחזק ולשדרג את מחלקות המטבחים, חדרי האמבטיה, צבעים, כלי עבודה ומחלקת החיפויים והקרמיקה, וזאת על מנת למצב את עצמה כמספקת מוצרים ופתרונות כוללים לשיפוץ הבית.

במקביל, הוסיפה הרשת לסניפיה מחלקות 'רכות' יותר של עיצוב הבית וביניהן כלי בית, טקסטיל וריהוט, על מנת לתת לצרכן מגוון פתרונות לבית, כמו גם לפנות לקהל הנשי.

כפרזנטור למהלך ממשך ידודו מהום סנטר לשמש כדמות מבדלת ובעלת מומחיות אל מול קהל הצרכנים.

הסביבה התחרותית

תחום העשה-זאת-בעצמך חווה בשנים האחרונות מספר מגמות מעניינות.

ראשית, התחזקות התחרות אל מול כלל השוק קרי, התרחבות איקאה, כניסתה המתוכננת של רשת Kika וכניסתן של רשתות השיווק הגדולות ופריסת סניפיהם.

שנית, הצרכן נחשף בערוצים האינטרנטיים (פורומים, פייסבוק, יו טיוב ועוד) למגמה שבמסגרתה ניתן כיום למצוא סרטוני הדרכה בסגנון HOW TO, הקשורים בתפעול כלי עבודה ופעילויות שיפוץ מסוגים שונים.

בעולם, רשתות ה-DIY מציעות הרבה יותר מכלים ואביזרים לתיקונים ושיפוצים קלים. בין השאר, ניתן למצוא בהן פתרונות שלמים לשיפוץ הבית ועיצובו.

בנוסף, מגמה צרכנית נוספת קשורה בפרסונליזציה וקסטומיזציה: כיום צרכנים יותר מעורבים בתהליך הקניה.

הום סנטר היא רשת עשה-זאת-בעצמך הוותיקה ביותר בישראל. במהלך השנים צמחה הרשת ועד סוף 2010 היא תפעיל בישראל 43 סניפים עם מחזור מכירות של מעל מיליארד שקל בשנה.

בשנת 1999, במקביל להתרחבות בישראל, פורצת הום סנטר לזירה הבינלאומית ופותחת סניף ראשון בקפריסין. כיום הרשת מפעילה 10 סניפים בחו"ל: 4 בקפריסין, 3 ברוסיה, 3 בסרביה.

הום סנטר פועלת לחזק ולהדגיש את העולמות הקלסיים של תחום העשה-זאת-בעצמך כדי לתת מענה לצרכנים שמחפשים מוצרים, שרותים ופתרונות לשיפור תחזוקת הבית במחירים הוגנים וכדי לבדל את עצמה מהתחרות אל מול רשתות שיווק וחנויות פרטיות.





www.homecenter.co.il

דברים שלא ידעת על הום סנטר

- להום סנטר יש מפעל ייעודי, שיכול לייצר מטבחים, חדרי אמבטיה וחדרי ארונות שהם TAYLOR MADE.
- ברשת הום סנטר ניתן לרכוש מכשירי סולר, ללא צורך בהתחייבות.
- רשת הום סנטר בוחנת את האפשרות להיות מפעילה סולארית.
- בכל חנות גדולה של הום סנטר ניתן למצוא 30 אלף פריטים.

ובעתיד...

לאחר שתמשיך להעמיק, להרחיב ולהתמקצע בתחום היעשה-זאת-בעצמך, הום סנטר תיישם לאורך כל מגוון המוצרים הרלוונטיים את אסטרטגיית ה-EDLP (Every Day Low Price), תשיק חדשנות במוצרים ותספק לצרכנים סיבה נוספת להגיע לאחד מסניפי הרשת.

מתחריה בענף ולצאת כבר בסוף חודש מאי בפעילות לקראת עונת השיפוצים, המתרחשת באופן מסורתי בין יולי לספטמבר.

הרשת תקשרה הצעות ערך בתחום המטבחים, חדרי האמבט והחיפויים, והשיקה יכרטיס משפצים, שמקנה 20% הנחה ב-20 מחלקות נבחרות.

את הקמפיין הוביל דודו מהום סנטר, שנמצא כי הוא מזוהה עם המותג ומקרין עליו נכסים תדמיתיים של מומחיות, מקצועיות ושירות.

הום סנטר משקיעה מאמץ ואמצעים בכדי לחזק את מקצועיות היועצים על רצפת המכירה באמצעות מפגשי העשרה ולימוד עם מומחים, חברות וספקים בתחומי הפעילות שלה (צבע, טקסטיל, כלי עבודה חשמליים ועוד). בנוסף, הרשת מדריכה את יועציה בנושאי שירות, פנייה ומכירה ללקוחות.

בנוסף, הום סנטר מבצעת באמצעות חברה חיצונית בקרה שוטפת על איכות השירות ואיכות שירותי המוכרנות הניתנים בסניפי הרשת.

מטרת פעילות ההעשרה, ההדרכה והבקרה היא לשפר את רמת השירות, להגדיל נאמנות, לטפל בכשלים באופן שוטף ומיידי, לשפר את רמת המוכרנות, להגדיל את סל הקניה ולהטמיע את נהלי הרשת.

השינוי המרכזי התרחש על רצפת המכירה. סניפי הרשת עברו התאמה לאסטרטגייה החדשה, ובוצעה הרחבה משמעותית של השטחים שמוקדשים היום למחלקות המטבחים, הקרמיקה וחדרי האמבטיה, שהם התחומים הראשונים שבהם משקיע הצרכן בשיפוץ.

בתחום המטבחים, לא רק שהורחב מאד השטח המוקדש למחלקה ברצפת המכירה, אלא שבנוסף מפעילה הום סנטר מפעל ייעודי לייצור מטבחים, שידות אמבטיה וחדרי ארונות. לקוחות יכולים לקנות ברשת מוצרים 'מהמדף', או להתייעץ עם מעצבים היושבים בסניפים כדי לתכנן מטבח בעיצוב עכשווי ולפי טעמים האישי. התכנית עוברת לייצור במפעל הום סנטר, והמטבח מובל לבית הלקוח ומותקן שם על ידי צוות של הום סנטר.

שירות דומה, המאפשר ללקוחות להביא לידי ביטוי את הרצון שלהם בפרסונליזציה, ניתן גם בחדרי ארונות. לקוח יכול לתכנן יחד עם מעצב של הום סנטר את חדר הארונות מהמסד ועד הטפחות, החל מסוג המדף דרך דרכי האחסון והתלייה ועד לסוג הווים - ואת כולם לקבל כמקשה אחת, שתורכב בביתו על ידי מתקין מקצועי של הום סנטר.

מבחינה תקשורתית, החליטה הום סנטר להקדים את



2010

הום סנטר פועלת למיצוב הרשת כיחידה שנותנת פתרון כולל ומקצועי לשיפוץ הבית.

2007

דודו חוזר להיות הפרזנטור של הום סנטר.

1999

דודו השיפוצניק מופיע לראשונה בקמפיין כשהוא לבוש בסרבל אדום ובחולצת טריקו לבנה.

1999

הום סנטר פותחת את הסניף הראשון שלה בחו"ל: בקפריסין.

1992

סניף ראשון ברשת הום סנטר נפתח בראשון לציון.