

ניופאן

שמות גדולים. אחריות גדולה.

להתמחות במותג אחד או להפוך לבית של מותגים? להשקיע במכירות או בשירות? להתמחות בסגמנט צר או להתרחב לתחומים משלימים? ב-25 השנים האחרונות ניופאן מוצאת פתרונות ייחודיים לאתגרים השיווקיים שניצבים מולה

האתגרים השיווקיים והפתרונות היצירתיים

במשך רבע מאה ניופאן מתמודדת עם אתגרים שיווקיים מסוגים שונים ומוצאת להם פתרונות שיווקיים:

1. האם להתמחות במותג אחד או להפוך לבית של מותגים?

ניופאן הייתה החלוצה בישראל לכנס תחת פעילותה מספר רב של מותגים. אחת הסיבות לכך היה הרצון לתרום ליציבות החברה דרך פיזור הפעילות על מספר רב של מותגים, על מנת לפנות לצרכנים בעלי צרכים שונים.

2. האם להשקיע בשיווק ובמכירה או בשירות?

ניופאן מצאה בשירות את נקודת הבידול והייחוד שלה בקטגוריה. שירות היווה נקודת תורפה כואבת בענף החשמל, ועל כן החליטה ניופאן להשקיע בשירות על מנת ליצור חבילת ערך מוסף שכוללת מוצר איכותי

האלקטרוניקה של TOSHIBA, והיא משנה את פני שוק הטלוויזיות בישראל (הרחבה על המהלך של TOSHIBA התפרסמה במהדורת 2009 של ספר ה-Superbrands של ישראל).

עם השנים מצרפת ניופאן מותגי אודיו כדוגמת BOSE, Herman Kardon ו-DENON כמו גם מותגים לבית של ROWENTA, KROPS, MULINEX, TEFAL.

בשנת 2006 ניופאן מתרחבת לתחום המיחשוב ומתחילה לשווק את DELL ו-ACER. במקביל, החברה משיקה בישראל את Haier - יצרן מוצרי החשמל הגדול בסין.

ב-2008 ניופאן נכנסת לתחום המצלמות והווידאו באמצעות קניית קרט, משווקת Canon ו-PENTAX בישראל, ומתחילה לשווק את מותג הסולר HTC.

בשנים האחרונות ניופאן הופכת גם לקמעונאית באמצעות הקמת רשת ניופאן אוטולט וכניסה כשותפה ברשתות מוצרי החשמל בסט בי, Big box ו"החשמל הסיטונאי".

לפני יותר מ-25 שנים מצטרף צבי גיור (אז: גרינברג), לנגריה שהקים אביו עוד לפני קום המדינה. אחת ההתמחויות של הנגריה המשפחתית הייתה ייצור קופסאות עץ לרמקולים.

עם השנים, מתחיל גיור לייבא מגרמניה רמקולים מסוגים שונים, לכנות סביבם תיבות עץ ולמכור אותם תחת שמות מותג שונים.

בשנת 1986, חברת Kenwood היפאנית מעניקה לגיור את הזיכיון לשווק בישראל את קו מוצרי האודיו המקצועי של המותג.

ניופאן מתפתחת בישראל כחברה המתמחה במוצרי אודיו, כשלאורך השנים היא מצרפת לפורטפוליו מותגים שונים, בתחילה מתחום האודיו ואחר כך גם מתחומי האלקטרוניקה הבידורית ומוצרי החשמל.

בין השאר מקבלת החברה בשנים אלה את הזיכיונות של KitchenAid, Indesit, Magimix, GRUNDIG, DeLongi את המותג הפרטי Pilot.

בשנת 1996 מקבלת החברה את הזיכיון לשיווק מוצרי



Welcome

www.newpan.co.il

דברים שלא ידעת על ניופאן

- השם ניופאן הוא חיבור של שתי מילים: New ו-Japan שמתארות את העובדה, שהמותג הראשון שהחברה קיבלה את הזיכיון שלו הוא Kenwood היפני.
- ניופאן זכתה בפרס השירות של המייל שלוש שנים ברציפות.
- בכל אחת משעות היממה נמכרים בישראל כ-175 מוצרים של ניופאן וביניהם 35 מסכים של Toshiba, Haier, Grunding ו-Pilot; 30 מצלמות של Canon, 25 מגהצים מעבדי מזון ומוצרי טיפוח, 10 מקררים ומכונות כביסה, 9 מעבדי מזון של Magimix ושל KitchenAid ו-8 מחשבים של Acer ו-Dell.

מנדרין בתל אביב, שלצד חנויות דגל גם מארגן סדנאות וקורסים לבישול; והשקת הספר האלקטרוני העברי הראשון, E-vrit בשיתוף סטימצקי וידיעות טכנולוגיות.

בשנת 2006, החברה מחליטה לטפל במותג הבית ניופאן מתוך הבנה, שניופאן כמותג בית יכול, מצד אחד, לתת לצרכן תחושה שהוא רוכש מותג ששייך לבית טוב, ומצד שני - הפלטפורמה המותגית של ניופאן יוצרת לכל מותג חדש, שייכנס מעתה לפורטפוליו המותגים שלה, העדפה בקרב הצרכנים, כמו גם 'מקום של כבוד' בנקודת המכירה, משום שהוא משווק כ"מותג מבית ניופאן".

ובעתיד...

ניופאן מחזיקה כיום בפורטפוליו רחב של מותגים, שאת רובם הצליחה להפוך למובילים בתחומם, ולגבי אלו שעדיין לא - היא דואגת להשקיע כדי להפוך אותם ללידרים בקטגוריה.

גם בעתיד תמשיך ניופאן לצרף מותגים לפורטפוליו שלה, בתנאי שיביאו ערך מוסף בענף שבו הם פועלים ושיש להם פוטנציאל להפוך למובילי שוק.

במקביל, החברה תמשיך לחזק ערכים מוספים בשירות שלה שכולל לא רק את השירות היקלאסיי אלא את ההתעקשות להביא לישראל רק מותגים של יצרנים מוכרים, ורק מוצרים חדשים שגם מתאימים לשוק הישראלי.

ניופאן פועלת להשלים את שיווק המותגים שלה בשילוב תכנים נוספים כדוגמת ניופאן פרו - שמספקת פתרונות תכנון, עיצוב והקמה של מערכות בית חכם ואלקטרוניקה בידורית בבתים ובעסקים; מרכז ניופאן גורמה במלון

ושירות מצוין, שתהפוך לשובר שיוויין מול המתחרים בנקודת המכירה.

בניופאן מיפו מעל למיליון מפגשי לקוח בכל שנה: החל בנקודת המכירה, דרך המובילים, המתקנים, מוקד השירות ומעבדות התיקונים. בכל אחת מנקודות המגע האלה פעלה החברה על מנת לשפר את השירות, לדאוג שנציגי השירות שלה, כולל הטכנאים, יהיו ייצוגיים, יגיעו לבית הלקוח בזמן שנקבע, ויהיו שירותיים.

כדי לתקשר את הבידול שלה בתחום, נוהלה פעילות תקשורתית בסיסמה, המציגה את מגוון המותגים שלה ואת המחויבות שלה לאיכות המוצרים ולשירות: "ניופאן. שמות גדולים, אחריות גדולה". בשנים האחרונות הועצמה ההבטחה ל"לא תאמין מה נעשה בשבילך".

3. האם להתמחות בסגמנט צר או להתרחב לתחומים משלימים?

בשלב מוקדם של פעילותה, ניופאן מבינה שיש יתרון בהתרחבות לסגמנטים משלימים לתחום הפעילות העיקרית שלה, ולכן היא מקבלת זיכיונות ורוכשת מותגים בתחומים משלימים כדוגמת מיחשוב, תקשורת וצילום.

4. האם להיות Branded House או House of Brands?

שנים ארוכות, ניופאן הוא שם מותג לא מוכר. מי שנמצא בקדמת הבמה הם המותגים שהחברה משווקת. אולם



2009

ניופאן נכנסת כשותפה ברשת בסט בי, ביג בוקס ו"החשמל הסיטונאי".

2008

ניופאן רוכשת את קרט, משווקת מצלמות Canon.

2006

ניופאן מקימה את רשת ניופאן אווטלט.

2006

ניופאן משיקה בישראל את Haier - יצרן מוצרי החשמל הגדול בסין.

1996

ניופאן מקבלת את הזיכיון לשיווק הטלוויזיות של טושיבה.

1986

ניופאן מושקת בישראל.