



כבר יותר מ-100 שנים ש-Rolex שומר על מעמדו בשוק שעוני היד היוקרתיים בזכות שמירה על ערכיו, והקפדה על אסטרטגיה שיווקית גלובאלית, ששולטת על המחיר, ערוצי ההפצה ומיצוב המותג בכל העולם

ההיסטוריה של שעוני Rolex מתחילה ב-1908 כאשר הנס וילסדורף, בווארי צעיר בן 24, משיק לראשונה שעון יד בשם Rolex במטרה ליצור את שעון היד האמין הראשון. שם המותג נבחר בשל היותו קל להגייה בכל שפה אירופאית ומשום שהוא קצר דיו על מנת להופיע בצורה ברורה על חוגת השעון.

במהלך השנים, המותג היה אחראי על מספר רב של חדשנויות: בשנת 1926 הושקה טכנולוגיית ה-Oyster - שהפכה את השעון לראשון בעולם המוגן בפני מים ואבק.

בשנת 1931 Rolex מפתחת את מנגנון "המנוע הנצחי" - מערכת אוטומטית למתיחת שעונים על ידי תנועת היד.

בשנת 1945, Rolex משיקה את ה-DateJust - שעון היד הראשון בעל ציון תאריך כחלונית על החוגה.

בשנות ה-70 ה-Rolex השיקה את ה-Sea-Dweller - שעון צלילה, העמיד בעומק של 1,200 מטר, והשתתפה בפיתוח מנגנון הקווארץ השוויצרי.

פעילות המותג בישראל

מאז 1975, Rolex פועלת בישראל תחת הזיכיון של חברת ארו-אסיה, בכעלות של משפחת פיזר. תחילת היבוא של שעוני Rolex לארץ נעשתה במיתון של אמצע שנות ה-70, אולם בעלי החברה האמינו בפוטנציאל של המותג בישראל, ובדומה לחו"ל, גם בישראל הם החליטו כי Rolex





www.euro-asia.co.il

דברים שלא ידעת על Rolex

- שעוני Rolex נענדו באירועים היסטוריים כגון כיבוש האוורסט ושבירת מחסום הקול.
- חברת Rolex היא עיזבון של משפחת וילספורד, ש-70% מרווחיה מושקעים בכיפוח ו-30% מופנים לטובת הקהילה, האנושות, החי והסביבה.
- מחירי שעוני Rolex בישראל נעים מ-19,000 ש"ח ועד-1,500,000 ש"ח.
- ב-14 השנים האחרונות מוענקים פרסי Rolex ליזמויות בתחום הגנת הסביבה. לאחרונה הוענק הפרס הראשון לישראל ד"ר ראובן יוסף, אשר הקים באילת את המרכז הבינלאומי לצפרות ומחקר, וזכה ב-100,000 דולרים לקידום מחקר ובשעון Rolex מזהב.

וכך מייבשתי את היבוא המקביל. בכל שנות קיומה, Rolex העולמית אינה מציבה יעדי מכירות לזכיינים שלה, כחלק מאסטרטגיה שבמרכזה מלחמה לשמור על מחיר המוצר, כדי לא ליצור לחץ על הזכיינים למכור בכל מחירי. במהלך המיתון העולמי של שנת 2009, כשב-Rolux העולמית זיהו כי חלק מהחנות בעולם מתקשות למכור את הכמויות שהוזמנו - החברה אף סגרה נקודות מכירה וקנתה בחזרה מלאים על מנת שלא ייווצר עודף היצע בשווקים.

לאורך השנים, Rolex משקיעה משאבים רבים בפרסום ובמיתוג. Rolex נמנעת כמעט לחלוטין מלהיעזר בכרזות ושידורים ושמה את השעון במרכז המודעה. בנוסף, המותג נותן חסות לאירועים כדוגמת מרוצי מכוניות, משטי יאכטות, ותחרויות גולף וטניס. מכיון ש-70% מהלקוחות של שעוני יוקרה הם גברים, מאמצי הפרסום והשיווק מופנים בעיקר אליהם, והם מתמקדים במסרים העיקריים של המותג - הפשטות שבתחום, האלגנטיות, והיוקרה מעבר לזמן.

ייתן חסות לאירועי גולף ישראלים. בשנות ה-70 המוקדמת, ארו-אסיה בעיקר נתנה שירות לבעלי שעוני Rolex אולם עם השנים, התפתח השוק בישראל, והחברה החלה לייבא ולשווק בישראל את מגוון דגמי המותג באמצעות סניפי רשת החנויות שלה - Rolex Show - הממוקמים בתל אביב, אילת, ירושלים, הוד השרון ורעננה, ובהפצה סלקטיבית בחנויות שעונים יוקרתיות.

האסטרטגיה השיווקית של המותג

בבסיס הצלחתו של כל מותג חייבת לשכון אמת מוצרית ו-Rolux מקיים את ההבטחה הזו כבר יותר ממאה שנים. למיצוב האיכותי תרמה לאורך השנים העובדה, כי טייסים, ספורטאי על, מגלי ארצות, נהגי מירוצים ושחקני קולנוע ענדו אותו על פרק ידם, מה שהפך את השעון לסמל סטטוס, שרכישתו אינה מושפעת מאופנות ומטרנדים חולפים.

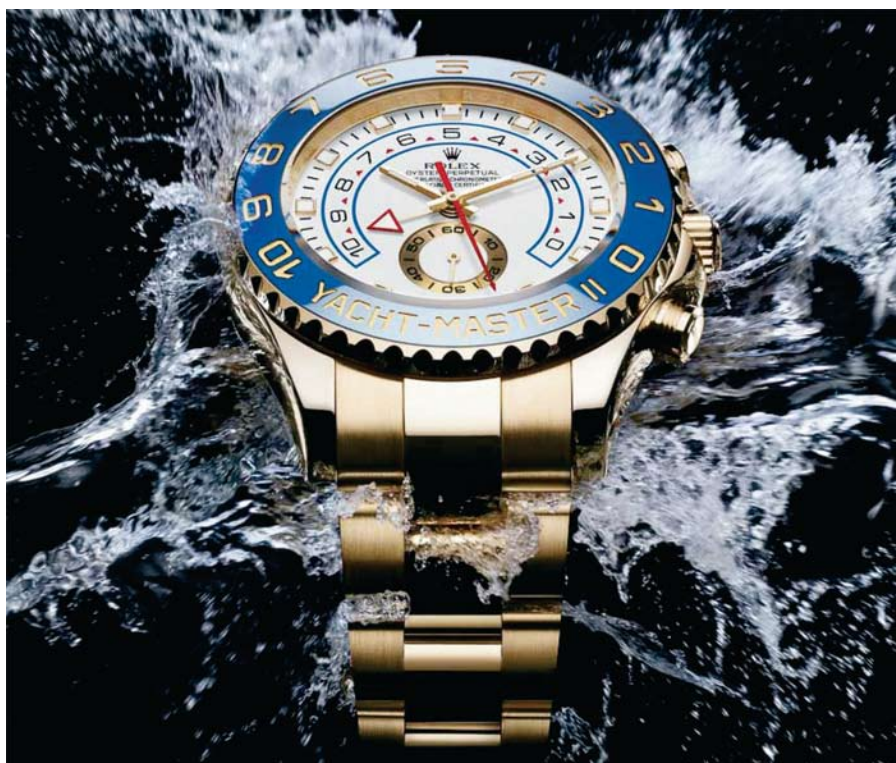
הצלחתו של Rolex כמותג נובעת בין השאר גם מאסטרטגיה, שנראית במבט ראשון ככנויה על ערכים מנוגדים. מצד אחד, מדובר במותג, שהיה אחראי לכמה מן החדשנויות המרכזיות ששינו את פני שוק השעונים. ומצד שני, מדובר במותג שמבסס במידה רבה את הצלחתו על שמרנות ועל מסורת. Rolex מוכרת גם היום דגמים בני 50 שנה ויותר, ולא משיקה דגמים חדשים לעתים קרובות. המותג מצא את ישביל הזהבי השיווקי, המשלב בין מאפיינים טכנולוגיים כגון שהמציא כדוגמת מנגנון הליפוף העצמי, ביחד עם עיצוב המשלב קווים נקיים ומזהים, שבונים את מיצובו כקלאסי.

המותג Rolex מצליח להתגבר על 'פרדוקס שיווקי נוסף. כמותג אקסקלוסיבי, הנמכר במחיר גבוה לצרכני פרימיום, ניתן היה לצפות לייצור מוגבל של יחידות מדי שנה. אולם בניגוד לאמונה הרווחת, Rolex מייצרת ומוכרת מדי שנה בעולם עשרות אלפי שעונים חדשים.

המיצוב הגבוה נשמר משום שלמטה העולמי של המותג בשווייץ יש שליטה מלאה על ייצור הכמויות והדגמים, ועל כמות והרכב הדגמים הנמכרים בכל מדינה ודרך כל זכיון. השליטה בהיצע מאפשרת ל-Rolux להילחם בשיווק מקביל הפוגע בזכיון הרשמי בכל מדינה, וכאשר החברה מאתרת שמקור השעונים של יבואן מקביל הוא אחד מזכייני הרשמיים, היא מפסיקה לספק לו שעונים

ובעתיד...

המותג Rolex ימשיך להשיק דגמים חדשים כמו גם עדכונים לדגמים קיימים. ארו-אסיה, יבואנית המותג לישראל, תרחיב את פעילותה באמצעות מתן זיכיונות למפיצים מורשים והרחבת רשת Rolex Show. בקרוב, יושקו בישראל שעוני המותג Tudor, חברה בת של Rolex, המציעה ליינן שעונים אופניים בסטנדרטים של Rolex, אך ברמות מחיר נמוכות יותר.



2008

השקת ה-Deep Sea Dweller שעון הצלילה המתקדם בעולם.

1975

שעוני Rolex מיובאים לישראל בלעדית על ידי חברת ארו אסיה.

1945

מושק השעון הראשון בעולם המציג תאריכון.

1931

המצאת מנגנון התנועה האוטומטית.

1926

המצאת השעון הראשון בעולם העמיד למים ולאבק.

1908

מושקים שעוני היד הראשונים של Rolex.