

דווקא בתקופה של התגברות התחרות והאטה כלכלית בחרה אלקטרה להתמקד באסטרטגיה של צמיחה; האמצעים: חדשנות מוצרית, השקעה בשירות, תיקשור בגובה העיניים והצעת ערך הכוללת מזגנים, בר מים ומוצרי חשמל לבית

מתכות כבדות (עופרת וכספית), ומגש נשלף המאפשר מילוי בקבוקים בניצב.

כניסת אלקטרה לשוק עוררה עניין רב, ויצרה אפשרות בחירה נוספת לצרכנים, שהיו "צמאים" לשינוי. פעילות ההחדרה התבססה על שילוב של שפה תקשורתית המשדרת חדשנות, הצעת ערך לצרכן, ומתן אפשרות של גישות וחשיפה למוצר על מנת שניתן יהיה להתנסות בו מקרוב. כך למשל, הברים של אלקטרה הוכנסו לסניפי רשת ארומה ישראל, שקם אלקטריק ומחסני חשמל. שיתוף פעולה שנערך עם סופר-פארם כלל הדגמות בסניפים והטבות לחברי מועדון LifeStyle.

בניגוד למוצרים אחרים שלה, שנמכרים באמצעות רשתות השיווק או מפיצים, ברי המים של אלקטרה נמכרים ברובם על ידי מערך מכירות ישירות שהוקם בחברה, וגם השירות ניתן In house.

תוצאות המהלך: חדירה מוצלחת תוך לקיחת נתחי שוק והוזלת מחירים של למעלה מ-35% לצרכן הסופי. בר המים של אלקטרה זכה בפרס

רוצה לקבל ערך ולדעת מדוע הוא נדרש לשלם פרמיה על המוצר.

האתגר השיווקי

אלקטרה החליטה לצמוח דווקא בתקופה של האטה כלכלית ותחרות מתגברת.

הפתרונות השיווקיים

האסטרטגיה הנוכחית של אלקטרה מבוססת על שלושה צירים מרכזיים: איכות המוצר, שירות לקוחות ושיווק "בגובה העיניים". כדי לצמוח, הוחלט לתמוך את האסטרטגיה במגוון מהלכים בכל חטיבות החברה:

אלקטרה בר. אלקטרה זיהתה, שבשוק ברי המים בישראל קיים פוטנציאל צמיחה עקב התגברות המודעות לאיכות הסביבה ולזיהום הסביבתי של בקבוקי מים ומשקאות קלים, הימצאותו של מתחרה דומיננטי אחד בלבד בקטגוריה, ורצון של הצרכנים לקבל אפשרות בחירה נוספת.

על כן, בשנת 2011 נכנסה החברה לשוק ברי המים המטוהרים באמצעות השקת בר מים חדשני, המשלב מסך נגיעה (Touch), מסך

חברת אלקטרה נוסדה בשנת 1945 כחנות לתיקון מוצרי חשמל. במקביל, היא החלה לייבא לישראל מוצרי חשמל של חברת ווסטינגהאוס האמריקאית, ובכללם מזגנים. בשנת 1961 החליטה החברה להפוך מיבואנית מזגנים ליצרנית, והקימה בחולון את מפעל המזגנים הראשון בישראל, תחת שם המותג אלקטרה. בשנת 1973 עברו מפעלי החברה לאזור התעשייה החדש בראשון לציון.

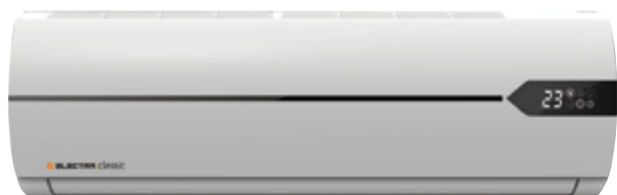
בשנת 1991, אלקטרה נרכשה על ידי אלקו החזקות בבעלות גרשון זלקינד, והחלה להתפתח גם לחו"ל באמצעות רכישת מפעלים ושיווק לאירופה, דרום אמריקה, אוסטרליה ועוד.

כיום, אלקטרה מוצרי צריכה עוסקת לא רק בייצור ושיווק מזגנים אלא היא גם קמעונאית (באמצעות הרשתות שקם אלקטריק, מחסני חשמל, ACE ואוטו דיפו), ומשווקת מוצרי חשמל ביתיים, טלפונים סלולריים, ברי מים ועוד.

הסביבה התחרותית

הסביבה התחרותית בה פועלת אלקטרה הפכה בשנה האחרונה מלאה באתגרים תפעוליים, טכנולוגיים וכלכליים על רקע צמצום הפערים בין יצרנים מהמזרח הרחוק לבין יצרנים מסורתיים מהתחום, האטה הכלכלית בעולם ובישראל, המחאה החברתית, ההבנה והבקיאות של הצרכן הישראלי וכנגזרת מהעדפותיו - הצרכן הישראלי של 2012





www.electra-ecp.co.il

דברים שלא ידעת על אלקטרה

- החזון העסקי של "אלקטרה בר" מולד במוחו של מנכ"ל החברה, יקי ודמני, במהלך טיסה.
- ל-89% מהישראלים יש מזגן, והם משתמשים בו כ-6 שעות ביממה בממוצע בתקופת הקיץ.
- בתחילת פעילותה של החברה, נסעו טכנאי החברה לבתי הלקוחות באוטובוסים.
- מרכז השירות של החברה משלב בתוכו טכנולוגיית זיהוי קול, המתריעה כאשר הלקוח אינו שבע רצון.



החדשנות של

מוצר השנה לשנת 2012

בקטגוריית כרי המים לסינון וטיהור.

תחום המזגנים. במהלך 2012 השיקה החברה מגוון של חדשנויות בתחום המזגנים:

אלקטרה AIR+ - מזגן מיני מרכזי עם מערכת אקטיבית לסינון אוויר.

אלקטרה סופר QUIET - סדרת מזגנים מיני מרכזיים, המיועדים לפריקטים של בנייה ירוקה, בעלי רמות נמוכות במיוחד של רעש ויעילות אנרגטית גבוהה.

אלקטרה מינימקס פלוס - מערכת בקרת טמפרטורה למזגנים מיני מרכזיים, המאפשרת שליטה על הטמפרטורה בכל חדר, ניתוק אספקת האוויר לחדרים לא מאוכלסים וחיסכון של עד 30% בצריכת החשמל בהשוואה למזגן ללא המערכת.

בתחום העיצוב, שדרגה החברה את סדרת אלקטרה ארט - מזגנים עיליים מעוצבים לחדרי שינה וילדים. השנה כוללת הסדרה גם דמויות ממותגות כגון הלו קיטי, טוויטי, באגס באני ואחרים.

במטרה להעלות את רמת השירות והמקצועיות בתחום טכנאות המזגנים, פתחה החברה את מכללת אלקטרה למתקני מזגנים. במקביל, אלקטרה עורכת הדרכות טכניות למתקנים במרכז ההדרכה שלה, במטרה לחשוף אותם לטכנולוגיות החדשות בתחום.

במהלך השנה אחרונה אלקטרה גם פעלה לחיזוק ומינוף הזהות הישראלית של המותג, בין השאר באמצעות הרחבת קו המוצרים "כחול-לבן", שיפור יכולות היצור המקומיות והגברת האוטומציה במפעליה.

מוצרי חשמל לבית. השנה השיקה אלקטרה סדרה חדשה של מקררים ומכונות כביסה, שפותחו במיוחד עבורה, על מנת שיתאימו לצרכים הייחודיים של המשפחה הישראלית. במקביל, הרחיבה החברה את מערך ההפצה שלה.

אלקטרה ממשיכה להשתמש בשף משה שגב כפרזנטור שלה לתחום מוצרי החשמל.

בית אלקטרה. אולם התצוגה שהוקם בהרצליה פיתוח מארח אלפי מבקרים בשנה. במתחם, שמשתרע על שטח של 450 מ"ר, הצרכן יכול לפגוש את כל מגוון המוצרים שמשווקת החברה במטרה לייצר עבורו חווית מותג חזקה. מלבד מגוון המוצרים שבתצוגה, אלקטרה מנסה להעצים את החוויה בסיועם של יועצים מקצועיים הנמצאים במקום, וייזום מפגשי הדרכה לקהלים שונים כגון אדריכלים, מעצבי פנים, יזמים, קבלנים ולקוחות פרטיים.

מכבי אלקטרה תל אביב. גם השנה, אלקטרה ממשיכה להיות נותנת החסות הראשית ליקבוצת הכדורסל של המדינה, ובמקביל נותנת חסות לגולשת האולימפית לי קורזיץ.

פעילות למען הקהילה. במהלך כל השנה פועלת אלקטרה ותומכת בקהילה. בין השאר, החברה שותפה לפרויקט "אמץ לוחם" של האגודה למען החייל, תורמת למעון של נעמת בראשון לציון, ולוקחת חלק בפרויקט 'חברה מתגייסת' - מיזם עסקים שהוקם על ידי החברה, שבכביסו אמנה, הקוראת לתת העדפה בתעסוקה לאנשי מילואים.



2012

בתחום המזגנים, מושקים מזגנים ירוקים עם מערכות סינון אוויר מתקדמות.

2011

מושק בר המים של אלקטרה.

2010

אלקטרה פותחת אולם תצוגה מרכזי בהרצליה פיתוח.

2004

אלקטרה משיקה את המזגן הראשון בישראל עם גז ירוק.

1991

אלקטרה נרכשת על ידי אלקו החזקות, ומרחיבה את פעילותה מחוץ לישראל.

1961

החברה מקימה את מפעל המזגנים הראשון בישראל.

1945

אלקטרה מוקמת כחנות לתיקון מוצרי חשמל.