



כבר יותר מ-100 שנים, ש-Rolex שומר על מעמדו בשוק שעוני היד היוקרתיים בזכות שמירה על ערכיו, והקפדה על אסטרטגיה שיווקית גלובלית. השנה השיק המותג בוטיק קונספט יוקרתי במרכז העיר תל אביב

שנת 2012 הייתה שנה חגיגית במיוחד עבור המותג בישראל, בעיקר בשל העובדה כי השנה חגגה משפחת פייר 65 שנה מאז שאבי המשפחה, הורסט פייר, נכנס לתחום השעונים בארץ הולדתו, בוליביה, ו-40 שנה מאז

שחברת ארו-אסיה החלה את פעילותה בישראל. בקיץ 2012 השיק המותג את חנות הדגל שלו בישראל, בהשקעה של חמישה מיליון ש"ח. על תכנון הבוטיק הופקד האדריכל הראשי של Rolex העולמית, היושב במטה החברה בז'נבה. לאחר סיום התכנון, חולקה עבודת הביצוע בין הצוות הישראלי, שבנה את הרצפה ואת תקרת החנות, כאשר על מלאכת הקמת חלל התצוגה ועיצוב החנות הופקד צוות של ארבעה אנשי מקצוע משווייץ, שסיימו את מלאכתם בתוך כשלושה שבועות. העיצוב היוקרתי מאפיין את כל בוטיקי רולקס בעולם, המתוכננים על פי הקונספט האסתטי, שנקבע באמנת העיצוב של החברה, אשר הוכנה על ידי מחלקת העיצוב במטה החברה בז'נבה, ומיושמת ברחבי העולם. בבוטיק, הממוקם במגדל גינדי על רחוב אבן גבירול בתל אביב, ניתן למצוא ליד שעוני Rolex ומותג הבת שלו, TUDOR, גם את מותג התכשיטים החדש והיוקרתי Redlion, המשווק בלעדית בישראל בסניפי Rolex Show בתל אביב ובאילת.

את הכניסה לבוטיק, שבו יכולים המבקרים לזכות בהצצה ראשונית בדגמים החדשים של המותגים, מעטר הכתר המוזהב והמזוהה של Rolex, וצבעי זהב משולבים גם באלמנטים שונים בתוך חנות הבוטיק. עיצוב חלל החנות משלב בין יוקרה, פשטות ותחכום, שהם ערכי המותג Rolex. הקומה שמעל החנות כוללת את המשרדים החדשים של ארו-אסיה ואת מעבדת השירות. אירוע הפתיחה של הבוטיק נערך בהשתתפות דיפלומטים זרים רבים, לצד בכירי המשק הישראלי וידוענים מתחומים שונים. את האירוע כיבד בנוכחותו קרלו רוזטי, מנהל המכירות העולמי של Rolex, שרואה בתל אביב שוק חשוב ומרכזי למותג. כמו כן, נכחו באירוע מנהלים בכירים מטעמים של המותגים הנוספים המיוצגים בישראל על ידי ארו-אסיה: Certina, Balmain, Michel Herbelin, Bering ו-Redlion.

## האסטרטגיה השיווקית של המותג

בבסיס הצלחתו של כל מותג חייבת לשכון אמת מוצרית ו-Rolex מקיים את ההבטחה הזו כבר יותר ממאה שנים. למיצוב תרמה לאורך השנים העובדה, כי טייסים, ספורטאי על, מגלי ארצות, נהגי מירוצים ושחקני קולנוע נדו אותו על פרק ידם, מה שהפך את השעון לסמל

צלילה, העמיד בעומק של 1,200 מטר, והשתתפה בפיתוח מנגנון הקווארץ השוויצרי.

## פעילות המותג בישראל

מאז שנת 1975, Rolex פועלת בישראל תחת הזיכיון שקיבלה חברת ארו-אסיה, הנמצאת כבעלות משפחת פייר.

תחילת היכוא של שעוני Rolex לארץ נעשתה כמיתון של אמצע שנות ה-70. באותן שנים, נתנה ארו-אסיה בעיקר 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, חיפה, ירושלים ורעננה, ובהפצה סלקטיבית בחנויות שעונים יוקרתיות.

ההיסטוריה של שעוני Rolex מתחילה ב-1908 כאשר הנס וילסדורף, בווארי צעיר בן 24, השיק לראשונה שעון יד בשם Rolex במטרה ליצור את שעון היד האמין הראשון. שם המותג נבחר בשל היותו קל להגייה בכל שפה אירופאית, ומשום שהיה קצר דיו על מנת להופיע בצורה ברורה על חוגת השעון. במהלך השנים, המותג היה אחראי על מספר רב של חדשנויות:

כשנת 1926 Rolex השיקה את טכנולוגיית ה-Oyster - שהפכה את השעון לראשון בעולם המוגן בפני מים ואבק. בשנת 1931, Rolex פיתחה את מנגנון "המנוע הנצחי" - מערכת אוטומטית למתיחת שעונים באמצעות תנועת היד. בשנת 1945, Rolex השיקה את ה-DateJust - שעון היד הראשון בעל ציון תאריך בחלונת על החוגה. בשנות ה-70 Rolex השיקה את ה-Sea-Dweller - שעון





www.euro-asia.co.il www.RoLEX.com www.Tudorwatch.com

## דברים שלא ידעת על Rolex

- המותג מייצר מיליון שעונים מדי שנה ועדיין, הביקוש עולה על ההיצע.
- בששת מפעלי Rolex ברחבי שווייץ מייצרים את כל רכיבי השעון והחומרים (זהב, פלדת אל חלד L904), וכמובן את המנגנונים.
- שעוני Rolex נעבדו באירועים היסטוריים כגון כיבוש האוורסט ושבירת מחסום הקול.
- חברת Rolex היא עיזבון של משפחת וילסדורף, ש-70% מרווחיה מושקעים בפיתוח ו-30% מופנים לטובת הקהילה, האנושות, החי והסביבה.
- חברת הבת של רולקס, Tudor, נוסדה על ידי הנס וילסדורף בשנת 1946.

מבחינת המחיר, השעונים (הנקראים על שמה של שושלת Tudor האנגלית, שהציעה את אנגליה מתקופת ימי הביניים לתקופת הרנסנס) מיוצרים על ידי Rolex מאז שנת 1946.

בשיווק מקביל, הפוגע בזכיון הרשמי בכל מדינה, וכאשר החברה מאתרת שמקור השעונים של יבואן מקביל הוא אחד מזכייניה הרשמיים, היא מפסיקה לספק לו שעונים וכך מייבשת את היבוא המקביל.

בכל שנות קיומה, Rolex העולמית אינה מציבה יעדי מכירות לכיינים שלה, כחלק מאסטרטגיה שבמרכזה מלחמה לשמור על מחיר המוצר, כדי לא ליצור לחץ על הזכיינים 'למכור בכל מחיר'. במהלך המיתון העולמי של שנת 2009, כש-RoLEX העולמית זיהו כי חלק מהחנות בעולם מתקשות למכור את הכמויות שהוזמנו - החברה אף סגרה נקודות מכירה וקנתה בחזרה מלאים על מנת שלא ייווצרו עודפי היצע בשווקים.

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

בשנים האחרונות חידשה ורעננה Rolex את Tudor, חברת הבת שלה, שממוצבת כצעירה יותר ונגישה יותר

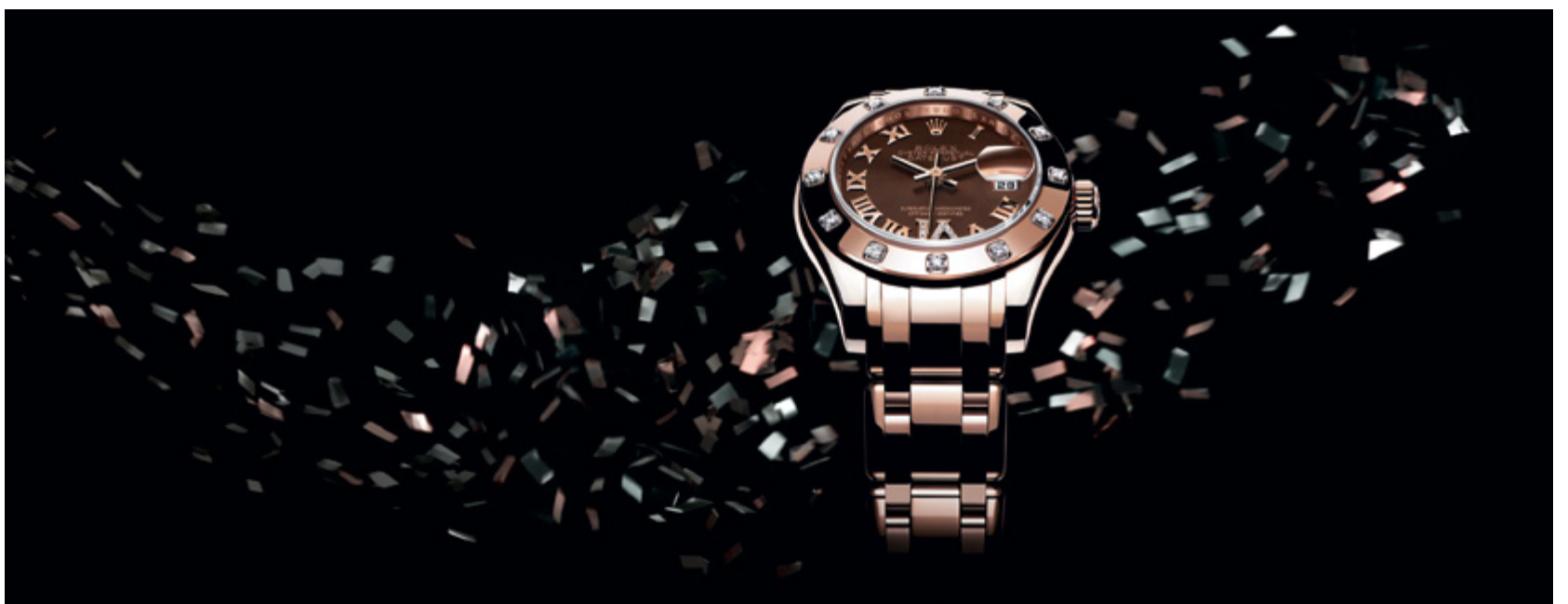
סטטוס, שרכישתו אינה מושפעת מאופנות ומטרנדים חולפים.

הצלחתו של Rolex כמותג נובעת בין השאר גם מאסטרטגיה, שנראית במבט ראשון כבנויה 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 'שביל הזהב' השיווקי, המשלב בין מאפיינים טכנולוגיים שהמציא כדוגמת מנגנון הליפוף העצמי, ביחד עם עיצוב המשלב קווים נקיים ומזוהים, 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 כמיליון 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-RoLEX להילחם



- |  |   |  |  |   |   |   |
|--|---|--|--|---|---|---|
| <p><b>2012</b><br/>השקת בוטיק הקונספט Rolex Show בתל אביב, כולל מרכז ההנהלה והשירות. השקת דגם SKY DWELLER.</p> | <p><b>2011</b><br/>השקת Tudor - חברת הבת של Rolex בישראל.</p> | <p><b>2008</b><br/>השקת ה-Deep Sea Dweller, שעון הצלילה המיוחד של Rolex.</p> | <p><b>1975</b><br/>שעוני Rolex מיובאים לישראל בלעדית על ידי חברת ארו-אסיה.</p> | <p><b>1931</b><br/>המצאת מנגנון התנועה האוטומטית.</p> | <p><b>1926</b><br/>המצאת השעון הראשון בעולם העמיד למים ולאבק.</p> | <p><b>1908</b><br/>המצאת שעון היד הראשון.</p> |
|--|---|--|--|---|---|---|