



טמבור מתרכזת בשנים האחרונות בפיתוח ערוצים דיגיטליים ישירים ודו כיווניים עם הצרכנים. בדרך זו היא מספקת להם מעטפת תומכת, ידע ומידע על מוצריה. והתוצאה: תדמית המותג מתחזקת ויתרונותיו על פני המתחרים - מובלטים

לצלם קירות בחדר אותו הם מעוניינים לצבוע, לבחור את הצבע הנדרש ממניפת הצבעים, ולקבל הדמיה של התוצאה הגמורה על מסך הסמארטפון. לאחר שבחרו את הצבעים המועדפים, האפליקציה מחשבת עבור הצרכנים את כמות הצבע הדרושה להם לצביעה ומפנה אותם לקמעונאי הקרוב. את העיצובים שיצרו באמצעות האפליקציה המשתמשים יכולים לשתף עם חבריהם בפייסבוק, לשמור על המכשיר או לשלוח במייל.

פייסבוק. דף הפייסבוק של המותג, הכולל כבר מעל ל-40,000 אוהדים, משמש כמקום מפגש לקהילה של צרכנים, שיש להם עניין רב בעיצוב ובשיפוץ הבית. כדי לשמור על קשר עם אוהדיה, טמבור עורכת באופן סדיר תחרויות ופעילויות שונות כדוגמת תחרות טיפים בנושא עיצוב חדרי ילדים. באמצעות דף הפייסבוק מצליח המותג להגיע לקהל יעד צעיר.

YouTube. טמבור מפעילה ערוץ וידאו באתר השיטוף יוטיוב. ערוץ המותג כולל למעלה ממאה סרטונים שונים החל מסרטוני הדרכה בסגנון How To, ועד לסרטוני יעוץ הנגזרים מתוך תוכניות טלוויזיה בהן שותפה החברה.

טמבור גם הייתה צריכה למצוא דרך להגיע לקהל יעד צעיר יותר, שלא תמיד חשוף למדיית המסורתיות, ושמעוניין בדיאלוג עם המותג ולא בשיח חד כיווני.

הפתרונות היצירתיים

טמבור החליטה למסד ערוצי תקשורת ישירים ודו כיווניים עם הצרכנים, במטרה לספק להם מעטפת תומכת, ידע ומידע על מוצריה, ותוך כדי כך לחזק את תדמית המותג, להבליט את יתרונותיו על פני המתחרים ולהדגים "מה צבע יכול לעשות".

על כן, טמבור מתרכזת בשנים האחרונות בפיתוח ערוצים דיגיטליים ישירים, תוך כדי בניית עולם תוכן, שמספק לצרכנים את כל מה שהם רוצים וצריכים לדעת לפני שהם בונים בית, משפצים נכס, או נכנסים לדירה חדשה. על מנת לעמוד באתגר הזה פועלת החברה במספר ערוצים:

סמארטפונים. טמבור כבר השיקה לפני מספר שנים אפליקציית אייפון, המסוגלת לזהות צבעים ולעדכן את המשתמש מהו קוד הצבע במניפת הצבעים שלה. לאחרונה, הושקה אפליקציית מובייל חדשה, המותאמת לאייפון ולאנדרואיד, המשדרגת את חוויית המשתמש ומאפשרת

לפני שנה חגג המותג טמבור 75 שנים להיווסדו. החברה, הנושאת את אותו שם, שהוקמה בשנת 1936 כמפעל לייצור צבעים, ניכסה לעצמה כבר בשנות ה-60 את השם הגנרי בתחום חנויות העשה-זאת-בעצמך בישראל (הידועות כ"טמבוריות").

טמבור הוא מותג צבעים, שהתרחב לאורך השנים למגוון רחב של מוצרים, שנותנים מענה לכל צרכי הבנייה וגמר הבנייה. כיום, לצד עולם הצבע הממותג תחת 'טמבור', מספקת החברה לצרכנים גם פתרונות לתחום חומרי הבנייה (תחת המותג "טמבור בנייה"), ולתחום הבנייה היבשה (תחת המותג "טמבור גבס").

האתגר השיווקי

טמבור משווקת את מוצריה באמצעות צדדים שלישיים כגון חנויות העשה-זאת-בעצמך ובעלי מקצוע שונים, ולכן נוצר צורך למסד ערוצי הידברות ותקשורת ישירים עם הצרכנים הסופיים.

החברה גם צריכה להתאים את עצמה להתמודדות מול הצרכן החדש, המפנין מודעות גוברת לנושא עיצוב הבית.





www.tambour.co.il

דברים שלא ידעת על טמבור

- השם טמבור נהגה בהשראת הלוגו הראשון של החברה: ילד מתופף בתוף ("טמבורין").
- נכון להיום, חברים בדף הפייסבוק של המותג 40,000 אוהדים.
- את אפליקציות הסמארטפון של טמבור ניתן למצוא כיום בגרסאות אייפון ואנדרואיד.
- טמבור משווקת יותר מ-48 מוצרים, הנושאים את התו הירוק של מכון התקנים הישראלי, שהוענק גם למפעל טמבור גבס שלה.

בסיכון. במסגרת השת"פ, למשל, הוזמנו ב-2011 מעצבים צעירים בוגרי האקדמיות לאומנות ועיצוב, לעצב קופסת צבע לטמבור. מכין מאות העיצובים שהוגשו לתחרות נבחרו על ידי ועדת שופטים עשרה עיצובים, אשר יוצרו לאחר מכן במהדורה מוגבלת של 20,000 קופסאות ונמכרו לקהל הרחב, כשכל ההכנסות שהסתכמו בחצי מיליון ש"ח - הועברו לתרומה לעמותה. העיצובים גם הוצבו כתערוכה בבית טמבור וכחלק מפסטיבל רחוב בתל אביב.



הצלחת הקונספט של בית טמבור הובילה את החברה להרחיב אותו גם לפריפריה באמצעות קונספט "טמבור סטודיו". מדובר ב-25 חדרים ממותגים, שהוקמו בנקודות מכירה פרטיות על שטחים של 30-50 מ"ר, ומאפשרים לצרכנים לקבל שירותי ייעוץ ממומחים, כמו גם לחוות אלמנטים מבית טמבור כדוגמת קירות השראה, קירות הדגמה, ספריית גוונים ומניפות צבעים.

לצאת מהקופסא

גם השנה טמבור שותפה לפעילות של עמותת "לצאת מהקופסא", שמעודדת לימודי עיצוב בפריפריה לנוער

טמבור השתלבה במסגרת הסכמי תוכן שיווקי עם תוכנית הריאליטי "האח הגדול", ויועצים של החברה משתתפים באופן קבוע בתוכניות הדוקו-ראליטי "הבית שלכם שווה יותר", "בא לחדש לכם", ו"משפחה חורגת". בכל אחת מהתוכניות המטרה היא להראות את השינוי שהבית, העסק ואפילו האדם עצמו, יכולים לעבור באמצעות שימוש בצבעים, וקטעי התוכניות מהוות מקור שוטף לתכני וידאו, שעולים לערוץ היוטיוב ומשותפים גם בדף הפייסבוק של המותג.

אתר אינטרנט. בשנה האחרונה, עבר אתר הבית של טמבור שדרוג וניתן למצוא בו כיום

אלפי עמודי תוכן בנושא צבע וגמר בנייה. מלבד מידע, טיפים ויישומים אינטראקטיביים, כולל האתר גם פורום מקצועי, שבמסגרתו ניתנות תשובות על ידי מומחי החברה. צרכנים יכולים גם לשלוח תמונה של החדר אותו הם רוצים לשפץ ולקבל מהיועצים ייעוץ ספציפי לגבי האפשרויות העומדות לרשותם.

טמבור סטודיו

בית טמבור, הממוקם מול קניון איילון ברמת גן, מארח מדי שנה כ-40,000 איש, שבאים לקבל מצוות היועצים של החברה הדרכה והכוונה ללא תשלום.



2012

המותג מחזק את הערוצים הדיגיטליים מול הצרכנים.

2010

טמבור נכנסת לתחום הגבס הבנייה היבשה והגבס.

2008

טמבור משיקה מחדש את "תראו מה שצבע יכול לעשות".

2007

דוד עזריאלי רוכש את השליטה בגרנית הכרמל, המחזיקה בטמבור.

1985

הגיינל "תראו מה שצבע יכול לעשות" מתנגן לראשונה.

1936

משפחת בלומברג מקימה את טמבור.