

הום סנטר מה השאלה?



הליכה שלה כדוגמת עיצוב הבית, חשפה אותה לתחרות מול רשתות מתמחות בתחומים אלה.

האתגר השיווקי

רשת הום סנטר רצתה לצמוח דרך פנייה לקהלי יעד חדשים ודרך הגברת המודעות של כלל לקוחותיה לעובדה, כי לא מדובר רק ברשת DIY אלא שבסניפיה ניתן למצוא את כל הפתרונות הדרושים לשיפוץ ולעיצוב הבית תחת קורת גג אחת, ובכך להעניק ללקוח את הפתרון הכולל.

הפתרונות היצירתיים

לאורך השנים, החלק הארי של תקציב הפרסום של הרשת הופנה לכפולות במוספי סוף השבוע של העיתונים היומיים. המודעות כפולות העמודים הציגו את מגוון המוצרים שניתן לרכוש בסניפי הרשת, ותקשרו מבצעי מכירות אטרקטיביים. בדיקות שערכה הרשת העלו, כי מי שנחשף למודעות אלה הם בעיקר קהל הצרכנים הקבוע של הרשת, וכי המסרים שלה אינם מגיעים לקהלים חדשים, שאינם נוהגים לפקוד את סניפיה.

ב-2013, במטרה לצמוח דרך חשיפה והגעה לקהל צרכנים חדש, החליטה הום סנטר להפנות תקציבים לפרסום בטלוויזיה, שישלב מסרים תדמיתיים ומכירתיים, באמצעות הפקת סדרת פרסומות, שישודרו בכל שבוע שני במהלך השנה.

גיבורי הסרטונים בסדרה הם המוצרים עצמם, שמוצגים באמצעות הנפשה, ומעבירים בצורה הומוריסטית את המסר: "מבצעים שכל הבית ידבר עליהם", כשהם מציגים בכל פעם מחלקה אחרת בהום סנטר ואת הקד"מ הנוכחי שמוצע בה. במקביל לקמפיין התדמיתי המתגלגל, עלו לאוויר פרסומות המתמקדות בהצעות ערך בשתי עונות השיא של הרשת: חג הפסח ועונת השיפוץ של חודשי הקיץ. להובלת הפרסומות נבחרה ג'קי אזולאי, שהשתתפה בעונה השלישית של מאסטר-שף, ומתקשרת בצורה חמה - ובגובה העיניים - את המבצעים העונתיים. בעונת השיפוץ, כחלק מהתובנה כי החסם



במטרה להגיע לקהלים נרחבים יותר, עדכנה השנה הום סנטר את האסטרטגיה השיווקית שלה, פתחה מחלקות חדשות בסניפים, והעבירה את כובד המשקל של תקציב הפרסום שלה ממודעות פרינט לטלוויזיה

לעיצוב הבית. הום סנטר מציעה מחירים נוחים ומבצעים תקופתיים עמוקים בכל התחומים, שבהם היא פועלת. במהלך השנה השיקה הרשת סניף חדש בגרנד קניון בבאר שבע, הכולל מחלקה חדשה בשם הום דיגיטל, המציעה מגוון פתרונות טכנולוגיים מתקדמים. כמו כן נפתח סניף עודפים בכפר ירכא וסניף חדש בנס ציונה במרכז ישפרו סנטר.

היתרון היחסי של הרשת הוא בהתמחות שלה ובייעוץ שהיא מעניקה ללקוחות בכל תחומי עיצוב הבית והעשה-זאת-בעצמך. מלבד הייעוץ שניתן על ידי אנשי המכירות והמומחים של הרשת בסניפים השונים, הום סנטר מפעילה גם קהילת ייעוץ וזירת מומחים באינטרנט בכתובת ask.homecenter.co.il. מדובר באתר קהילתי אינטראקטיבי, המספק תשובות לשאלות צרכנים בכל הנושאים הקשורים לתיקונים ולשיפוץ.

הסביבה התחרותית

שוק העשה זאת בעצמך בישראל התפתח מאד בשנים האחרונות, במיוחד דרך התגברות התחרות מהשוק הפרטי וחנויות העשה-זאת-בעצמך השכונתיות ("טמבוריות"), שמתחילות להתמודד מול הום סנטר גם בזירת המחיר, ומציעות פתרון נגיש עבור צרכנים החיים במרכזי הערים. במקביל, גם רשתות מזון וגם קמעונאיות מחו"ל נכנסות לתחומי הפעילות של הום סנטר ומפעילות פורמטים קמעונאיים, המציעים מוצרי DIY. זאת ועוד, כניסתה של הום סנטר לתחומים המשיקים לתחומי

הום סנטר היא רשת העשה-זאת-בעצמך הוותיקה והגדולה ביותר בישראל. מאז הקמתה על ידי אהרון מידן בשנת 1992 צמחה הרשת, וכיום היא מפעילה 45 סניפים בישראל. בשנת 1999, במקביל להתרחבות בישראל, נכנסה הום סנטר לזירה הבינלאומית ופתחה סניף ראשון בקפריסין. כיום, הרשת מפעילה 11 סניפים מחוץ לישראל: 4 בקפריסין, 4 ברוסיה ו-3 בסרביה.

במקביל לפעילות העשה-זאת-בעצמך, הוסיפה הרשת לסניפיה מחלקות נוספות המשלימות את תחום עיצוב הבית, וביניהן: כלי בית, טקסטיל, ריהוט ומוצרי אמבט, במטרה לספק לצרכן את כל מגוון הפתרונות הנדרשים לו בעת המעבר לדירה חדשה או שיפוץ בית קיים. כיום, הום סנטר מתפקדת כ-One Stop Shop, שמאפשר לצרכן למצוא פתרונות מ-א' ועד ת', החל משלב השיפוץ ועד





www.homecenter.co.il

מוצרי אלקטרוניקה בידורית כדוגמת מחשבי לוח וציוד אלקטרוני למשרד.

העמקת פעילות פאואר קארד

היום סנטר החליטה להפוך את מועדון הלקוחות שלה, PowerCard, המונה כיום כ-150 אלף חברים, לכלי לכידול ולגידול במכירות.

במסגרת זו, יוצעו למחזיקי הכרטיס מחירים מוזלים מיוחדים בהנחה שבין 10-15% בנוסף על מבצעי הרשת, כשעל המדפים יובלט בגדול המחיר לחבר המועדון ולצידו המחיר הרגיל למי שאינו מחזיק בכרטיס, כדרך ליצור נחשקות למועדון ולתקשר את התועלת המיידית שבהצטרפות אליו. בנוסף, כל רכישה על ידי חבר מועדון תזכה את הלקוח ב-3% החזר כספי (CashBack).



מטבחים - הרחבת הקטגוריה לדגמים חדשים, התואמים את הטרנדים בשוק והולמים את צרכי הלקוחות הן בעיצוב החדשני והן ברמת האיכות.

דלתות פנים - היום סנטר החלה לייבא דלתות פנים מאיטליה ולהציג אותן במיקומים מרכזיים בסניפים.

עולם העץ - הרשת מציעה כיום גם פרגולות, דקים וגדרות מעץ.

מחלקת חשמל מקצועי - בסניף היום סנטר בפתח תקווה הוקמה מחלקת PRO - חשמל מקצועי, המציעה פתרון כולל לאנשי מקצוע בתחום החשמל ולקבלנים.

הום דיגיטל. המחלקה החדשה, שנפתחה בסניף החדש בגרנד קניון, מחזקת את פעילות הרשת בתחומי הסלולר והתקשורת, ומציעה מהשנה גם מגוון של

הגדול ביותר לשיפוץ הבית הוא נושא המימון, הציעה הרשת ללקוחותיה הצעת ערך אטרקטיבית למימון השיפוץ: הלוואה עד 30,000 ש"ח, ללא ריבית והצמדה, כאמצעות הבנק הבינלאומי. בנוסף, הציעה הרשת חדר אמבטיה "קומפלט" ב-5,000 ש"ח בלבד.

הרחבת מגוון הצעות המכר

על מנת לתמוך באסטרטגיית ה-One Stop Shop, במסגרתה כל צרכן יוכל למצוא את כל שדרוש לו לבית, המשיכה הרשת להרחיב את המגוון במחלקות הקיימות, לצד צמיחה וכניסה למחלקות חדשות:

אמבטיית וקרמיקה - השנה הורחבו אולמות התצוגה, והוגדל המגוון של חדרי האמבטיית והקרמיקה.



דברים שלא ידעת על הום סנטר

- בכל חנות גדולה של הום סנטר ניתן למצוא 30 אלף פריטים. להיום סנטר יש מפעל ייעודי ליצור מטבחים, חדרי אמבטיה וחדרי ארוכות, המותאמים אישית ללקוחות.
- היום סנטר מפעילה זירת מומחים, המאפשרת לגולשים לקבל עצות וטיפים בנושאי שיפוץ ותיקונים ממומחים ומגולשים.
- כל מלאי הסירים שהציגה ג'קי ממאסטר שף בפרסומת בכיכובה, "נחטף" מהמדפים בתוך ימים ספורים.
- מועדון הלקוחות של הום סנטר - PowerCard - מונה כיום 150 אלף חברים.



2013

עדכון האסטרטגיה השיווקית והשקת מחלקות חדשות בתחום העץ, החשמל המקצועי ואלקטרוניקה בידורית תחת השם הום דיגיטל.

2012

הרשת מרעננת את סיפור המותג שלה ומשיקה זירת מומחים באינטרנט.

2011

מושק המותג הפרטי HOME בתחום הצבע; מתקבל רישיון למפעילה סלולרית; נפתח סניף ראשון של "הום סנטר דיל" בפ"ת.

2006

הום סנטר נכנסת לתחום הסלולר תחת המותג הום סלולר.

1999

סניף בינלאומי ראשון של הום סנטר נפתח בקפריסין.

1992

סניף ראשון ברשת הום סנטר נפתח בראשון לציון.