

# HUGGIES

Mommy Knows Best



לאימהות שאופנה ולייף סטייל מדברים אליהם, ועם זאת לא מוכנות לוותר על איכות ותפקוד החיתול. החיתול מוצע בעיצובים, המותאמים למין התינוק: הדפסים של מיקי מאוס לבנים, והדפס של מיני מאוס לבנות.

## השקת "החיתול הראשון שלי"

במרץ 2013 במהלך שעונה באופן מדויק על צרכי האימהות ברגעים הראשונים שאחרי הלידה, הושק לראשונה בישראל חיתול בהתאמה מושלמת מהרגע הראשון לרך שרק נולד: "החיתול הראשון שלי", הפותח את סדרת חיתולי הרך הנולד החדשה, Huggies Little Babies, הכוללת גם את מידות 1 ו-2.

"החיתול הראשון שלי" מותאם לשבועיים הראשונים בחייו של הרך הנולד ומציע פטנטים חדשניים: לראשונה בישראל משווק חיתול המתאים למבנה המיוחד של הרך הנולד וכולל פתח מיוחד לחבל הטבור, בנוסף לסמן רטיבות המשנה את צבעו כשהחיתול רטוב, כיס אחורי ללכידת נוזלים באזור הגב ועוד.

השקת "החיתול הראשון שלי" נתמכה בפעילות שיווקית נרחבת, בכלטפורמות שונות, תחת הקונספט "להפוך את הרגעים הראשונים לרגעים הטובים ביותר".

## מותג האגיס ממשיך גם השנה ליישם אסטרטגיה שיווקית מקיפה, שבמסגרתה מושקים מוצרים חדשניים, הנותנים מענה לצרכים המשתנים של האימהות והתינוקות

ב-2012, כחלק מאסטרטגיה שבמסגרתה מפתח המותג חיתולים מותאמים במיוחד לקהלי מטרה שונים, הושקו תחת המותג ב-2012 שתי סדרות חיתולים, שנועדו לתת פתרון ממוקד לאמהות מסוגים שונים:

**Huggies Freedom+** - חיתול המציג שיפור טכנולוגי ומהווה את "הדור הבא" של סדרת חיתולי פרידום. בחיתול מוטמעת טכנולוגיית ספיגה, הכוללת שכבה מיוחדת הלוכדת את הנוזלים ומפזרת אותם באופן שווה על פני שטח החיתול, כך שהתוצאה היא ספיגה מהירה השומרת על עור התינוק יבש ובריא. בנוסף, בחיתול קיימת מערכת סגירה באמצעות טייפים, להתאמה מושלמת של החיתול לגוף התינוק.

**Huggies Boys & Girls** - האגיס "בנים בנות" נותן מענה לשונות הבסיסית הקיימת בין בנים ובנות, ומציע חדשנות טכנולוגית בדמות מרכז ספיגה ייחודי, הממוקם בדיוק היכן שהתינוק זקוק לו: בחלק הקדמי העליון לבנים, ונמוך יותר כשמדובר בבנות - מה שמקנה לחיתול יכולת ספיגה מדויקת ומהירה.

האגיס "בנים בנות" הוא חיתול, שנועד לתת מענה אופטימלי

בשנת 1978 השיקה חברת קימברלי קלארק את חיתולי האגיס (hug = "חיבוק") בארצות הברית. מאז, הושק המותג ב-140 מדינות ומכירותיו השנתיות עולות על שלושה מיליארד דולר.

בשנת 1996 השיקה חוגלה-קימברלי את המותג האגיס בישראל וכיום האגיס הוא מותג החיתולים המוביל במכירות בישראל (הרחבה על השקת המותג בישראל ועל פעילותו בשנים האחרונות ניתן למצוא במהדורות 2009-2012 של ספר ה-Superbrands של ישראל).

מעבר לחיתולים, המותג האגיס מספק גם מגוון של פתרונות משלימים בתחום ההחלתה, המלווים את התינוקות והאמהות מרגע הלידה ועד לשלב הגמילה מהחיתולים, החל במגבונים לחים, דרך חיתולי גמילה ועד למשטחי החתלה.

## הסביבה התחרותית

שוק החיתולים בישראל מגלגל כ-650 מיליון ש"ח בשנה וצומח בקצב שנתי ממוצע של 3%. השוק מאופיין בחדשנות טכנולוגית מצד אחד ומשיקת מחירים מתמדת מן העבר השני עקב הפיכת החיתולים לקטגוריית "Loss Leader" בידי הקמעונאים.

במשך השנים השקיעה חוגלה-קימברלי, משווקת מותג האגיס בישראל, בחדשנות מוצרית ובעקביות תקשורתית על מנת לייצר להאגיס יתרון תחרותי ובידול מיצובי.

## האתגרים השיווקיים

מיום השקתו, האגיס משיק חדשנות מוצרית, המבוססת על ידע ומומחיות רבת שנים. בתחרות גוברת המאופיינת גם בשחיקת מחירים בקטגוריה, חוגלה-קימברלי החליטה שעל האגיס תמיד לשאוף קדימה, להביא לצרכנים פתרונות מתקדמים ומלהיבים וכאלה המספקים מענה מדויק לכל שלב ושלב של האם והתינוק.

## הפתרונות השיווקיים

כדי לייצר יתרון תחרותי, בהאגיס חקרו את צרכי האימהות ומצאו כי אלו משתנים עם השנים. זאת ועוד, נמצא כי לאימהות שונות ולתינוקות בגילאים שונים יש צרכים שונים. ולכן האגיס, כמותג מוביל בקטגוריה, החליט כי תפקידו לספק פתרונות ממוקדים לקהלי היעד השונים, ושכמקום גישת ה-One product fits all- שהייתה נהוגה בתחום, עליו לפתח פתרונות ומוצרים, שיענו באופן ממוקד ומדויק על הצרכים השונים.

כך למשל, הושקה פעילות הקד"מ "הנסיעה הראשונה שלי", ששילבה עולם פיזי ודיגיטלי ושנועדה להפוך את אחד הרגעים הראשונים והמרגשים לאחר הלידה - הנסיעה הראשונה הביתה מבית היולדות - לרגע קסום ובלתי נשכח. במהלך גיוס רחב, הזמין המותג את האימהות דרך דף האוהדים בפייסבוק לספר על חברה שצריכה ללדת בקרוב. האמא שזכתה להשתתף בפעילות זכתה בנסיעה ראשונה הביתה מיוחדת במינה, כשלימוזינה של האגיס, המעוצבת מבכנים כחדר תינוקות של ממש, חיכתה לה מחוץ לבית היולדות ולקחה את המשפחה הצעירה לנסיעה ראשונה הביתה, שלא תישכח לעולם. את הנסיעה ליוותה שיירת אופנועים בצבעי המותג, והיא צולמה ונערכה לסרט ויראלי שעלה לאינטרנט והגיע ליותר ממאתיים אלף צפיות. עם פרסום הסרטון הוזמנו חברי הפייסבוק של האגיס להפיתע אימהות נוספות, שגם הן זכו להתפנק עם נסיעה ראשונה הביתה עם האגיס. הפעילות יצרה שיחה ואהדה, שהביאה את מותג האגיס למקום הראשון במדד המותגים המדוברים ברשת בחודש ספטמבר 2013 עם צמיחה של 385%.

כחלק מאסטרטגיית התאמת המוצרים לצרכים השונים, השיק האגיס פתרון להחלת פגים. מדובר בחיתולים קטנים במיוחד, המיועדים לתינוקות שנולדו טרם זמנם, ומתחשב בעובדה שעורם של הפגים עדין יותר, משקל גופם קטן במיוחד והם פגיעים יותר.

## האגיס - לא רק חיתולים

במחקר חובק עולם, שניהלה קימברלי קלארק במטרה להבין ולזהות את הצרכים בעולמות המגבונים הלחים לתינוקות, נמצא כי הצורך בשמירה על העור והרגעתו הוא אחד הצרכים

החשובים של הורים לתינוקות. לפיכך, מגבוני האגיס מוצעים כיום עם נוסחת גיל חדשנית על בסיס מים, ללא אלכוהול והיפו-אלרגניים כדי לשמור על עור התינוק, וזאת במקביל להשקת מהדורות מיוחדות כמו סדרת Baby Spa, המשלבת תמציות פרחים מרגיעות - קלנדולה ומלפפונים.

כחלק ממענה כולל לצרכי האם והתינוק ברגעים הראשונים, הושקו גם מגבוני האגיס natural care: מגבונים המותאמים לרך הנולד בנוסחה חדשנית בתוספת תמצית אלוורה, קמומיל ושמן שקדים, המסייעים בשמירה על עור יבש ובריא.

## דברים שלא ידעת על האגיס

- חיתולי האגיס הושקו בעולם בשנת 1978 ותוך שבע שנים הפכו לחיתול הנמכר ביותר בארה"ב.
- האגיס הינו מותג של קימברלי קלארק האמריקאית, אחת מחברות הנייר הגדולות בארה"ב בין מותגיה של קימברלי ניתן למצוא את קלינקס, קוטקס ועוד.
- בישראל נולדים מדי שנה 170,000 תינוקות. תינוק ממוצע משתמש בשבעה חיתולים ביום.
- האגיס הוא החיתול הנמכר ביותר בישראל.

[www.huggies.co.il](http://www.huggies.co.il)

**2013**  
המותג משיק את Huggies Little Babies ואת האגיס natural care.

**2012**  
מושקים חיתולי האגיס פרידום פלוס ואת האגיס "בנים-בנות".

**2010**  
האגיס משיק את חיתולי Pure & Natural Huggies ל-NB, המכילים כותנה אורגנית.

**2007**  
חיתול הגיינס הראשון בהיסטוריה מושק תחת האגיס בישראל.

**1996**  
האגיס מושק לראשונה בישראל בסיסמה "החיתול הנמכר ביותר באמריקה".

**1978**  
קימברלי קלארק משיקה את האגיס בארצות הברית.