

## חדשנות בלתי פוסקת, שידרוג חוויית הקנייה, הצעות ערך אטרקטיביות ושני מותגים פרטיים. כל אלה הופכים את רשת סופר-פארם לבחירה הראשונה של הצרכנים בבואם לרכוש תרופות, קוסמטיקה, מוצרי תינוקות וטואלטיקה

ויועצות היופי לבין חוויית שירות יוצאת דופן בקופות וברצפת המכירה. סופר-פארם משקיעה משאבים רבים בהדרכה וברתימת העובדים לצורך מתן שירות איכותי, מתוך תפיסה שמדובר באחד הגורמים המבדלים אותה מהמתחרים, והקשים ביותר לחיקוי. בנוסף, משקיעה הרשת בפיתוחים טכנולוגיים שיעצימו את חוויית הקנייה וישפרו את השירות בסניף ומחוצה לו.

### הפתרונות היצירתיים

על מנת לתמוך באסטרטגיית המותג שלה, סופר-פארם פועלת במספר ערוצים מרכזיים: **Life** - סופר-פארם הייתה הקמעונאית הראשונה בישראל שהשיקה מותג פרטי. Life הושק בשנת 1994 והוא פועל בתחומי הבריאות והיופי, תוך מתן דגש על חדשנות מוצרית לצד הצעת ערך אטרקטיבית. תחת המותג מוצעים כ-3,000 מוצרים במגוון קטגוריות: תינוקות, טבע, תרופות ללא מרשם, גלולות למניעת הריון, טואלטיקה, ומזון בריאות. מעל ל-12% מנתח המכירות של הרשת נזקק לזכותו של המותג הפרטי, ובשנת 2013 עמדו מכירותיו על כ-500 מיליון שקל.

**SUNDAY** - מותג פרטי נוסף שפועל בתחומי טיפוח הבית והניקיון. SUNDAY כולל עשרות מוצרים ובהם אבקות ומרכיבי כביסה, סבוני כלים, נייר טואלט ועוד, המתומחרים נמוך יותר מהמותגים המובילים בשוק. **אופטיקה** - בשנת 2008 השיקה סופר-פארם רשת של חנויות אופטיקה בתוך סניפי הרשת. כיום, מפעילה הרשת 20 סניפים ברחבי הארץ והיא רשת האופטיקה השלישית בגודלה בישראל ומציעה משקפי שמש וראייה של מיטב המותגים המובילים לצד בדיקות ראייה הנעשות על ידי אופטומטריסטים מורשים בלבד. השנה השיקה סופר-פארם את אופטיק אקספרס - מחלקות אופטיקה משודרגות, הכוללות שירות שכפול משקפי ראייה ללא צורך בבדיקת ראייה, כשהלקוח יכול לבחור ממגוון עשיר של מסגרות משקפי ראייה ושמש. מבחינת הצרכן, מדובר בכשורה הן בתחום השירות והם בתחום המחיר.

**מחלקת ספורט** - לאור התרחבות טרנד הספורט החובבני בקרב הישראלים השיקה הרשת מחלקות ספורט. במחלקות הספורט ניתן למצוא מגוון עצום

רשת סופר-פארם נוסדה בשנת 1978 על ידי משפחת קופלר, והיא מפעילה כיום כ-200 סניפים, הפרושים לאורכה ולרוחבה של מדינת ישראל. הרשת פועלת בשיטת ניהול ייחודית, לפיה כל סניף הוא בבעלותו ובניהולו של זכין עצמאי הנקרא 'עמית'.

בתחילת שנות ה-2000 יצאה סופר-פארם אל מחוץ לישראל, מתוך תפיסה כי הקונספט הקמעונאי של הרשת מתאים לצרכים של לקוחות במדינות שונות בעולם. כיום מפעילה הרשת 40 סניפים בפולין תחת שם המותג שלה. סופר-פארם פועלת גם בסין והשנה היא מתכננת לפתח את הרשת באזור בייג'ין.

### הסביבה התחרותית

סופר-פארם פועלת בסביבת תחרות מורכבת, שכן בכל אחד משלושת תחומי הליבה של פעילותה - בית מרקחת, קוסמטיקה, ומוצרי תינוקות וטואלטיקה - היא ניצבת אל מול מתחרות אחרות.

### אסטרטגיית המותג

מאז היווסדה, משלבת סופר-פארם בין חוויית קנייה ומתן ערך מוסף ללקוחותיה לצד מדיניות מבצעים אטרקטיבית ותמחור הוגן. חוויית הקנייה באה לידי ביטוי, בין השאר, במיקומים אסטרטגיים, שעות פתיחה גמישות, מגוון המוצרים, עיצוב הסניפים, איכות השירות, וכן השילוב בין המחלקות השונות (בית מרקחת, מחלקת תינוקות, מחלקת טואלטיקה ומחלקת קוסמטיקה).

סופר-פארם מציגה לאורך השנים שפה פרסומית מאופיינת, המייחדת אותה ומשלבת בין פרסום תדמיתי להצעות מכר.

השנה השיקה סופר-פארם שפה פרסומית בשיתוף להקת המחול של ענבל ואכשלום פינטו, אשר מבטאת את החוויות מעולם הרשת באמצעות מחול.

### שירות כגורם מבדל

יותר מכל, סופר-פארם הביאה לישראל תפיסת שירות חדשה, שמשלבת בין הידע המקצועי של הרוקחים





www.super-pharm.co.il

**סופר-פארם בסמטרפון** - אפליקציית המובייל של סופר-פארם רשמה כבר מעל ל-500 אלף הורדות למכשירי האייפון והאנדרואיד, ולצד מבצעים וקופונים היא מאפשרת לצרכנים להכין גם רשימת קניות, אותה ניתן לשמור או לשתף עם אחרים.

### תרומה לקהילה

סופר-פארם שומרת על קשר קבוע עם הקהילה ויוזמת פעילויות מגוונות בבתי חולים, בתי ספר ובמרכזים קהילתיים שונים. בנוסף מקיימת הרשת מדי שנה התרמות לעמותות שונות, ובהן האגודה לסוכרת נעורים (אשר ליאון קופלר, יו"ר סופר-פארם, מכהן כנשיאה), עמותת חיים, וראייטי, איגוד מרכזי סיוע לנפגעות תקיפה מינית ועוד.



### דברים שלא ידעת על סופר-פארם

- סופר-פארם הוקמה בהשראת Shoppers Drug Mart, רשת דראגסטור קנדית אותה ייסד מורי קופלר ב-1962. בנו של מורי, ליאון, הוא יו"ר ובעלי סופר-פארם ישראל.
- בסופר-פארם ישראל מועסקים כ-7,000 עובדים.
- מדי חודש פוקדים את סניפי הרשת כ-3.8 מיליון לקוחות.
- סופר-פארם מקיימת מדי שנה את ביוטי סיטי, גוד לייף פסטיבל וביוטי לנד - אירועים חווייתיים הנערכים מחוץ לסניפי הרשת ואליהם מגיעים עשרות אלפי מבקרים.

אקספרס - באמצעותו נהנים מחזיקי הכרטיס ממגוון ההטבות של מועדון לייף סטייל וכן של אמריקן אקספרס.

### חדשנות טכנולוגית

**Click-Pharm** - סופר-פארם מציעה ללקוחותיה להימנע מהתור בבית המרקחת באמצעות Click-Pharm - שירות המאפשר ללקוחותיה להזמין תור לבית המרקחת מראש באתר האינטרנט של הרשת באמצעות הקלדה של המרשם.

**פייסבוק** - סופר-פארם פועלת במדיה החברתית על מנת לחזק את הקשר עם לקוחותיה. עמוד הפייסבוק של הרשת כולל כבר כיום מעל ל-450 אלף חברים, הנהנים ממגוון הטבות, ידע מקצועי, ויכולת לתקשר באופן דו-כיווני עם נציגי שירות הלקוחות של הרשת.

ומוצרים נלווים לספורטאים וביניהם אביזרים משלימים של נייקי, שעוני דופק של פולאר, גילים וחטיפי בריאות של החברות פאואר בר ו-GU, משקאות איזוטונים כל זרת לצד ויטמינים ייעודיים לספורטאים ותוספי תזונה.

**Life Direct** - סופר-פארם החלה השנה בשיתוף פעולה עם חברת "ביטוח ישיר" לשיווק מוצרי ביטוח ללקוחות הרשת וללקוחות מועדון לייף סטייל. מוצרי הביטוח משווקים תחת המותג המשותף Life Direct, שכולל קשת רחבה של ביטוחים כדוגמת ביטוח רכב ודירה, ביטוחי בריאות וביטוח תאונות אישיות. בהמשך יושק תחת Life Direct גם ביטוח נסיעות לחו"ל.

### לייף סטייל - מועדון הלקוחות

LifeStyle - מועדון הלקוחות של סופר-פארם בשיתוף ישראלכרט הוא כרטיס אשראי חוץ בנקאי, המעניק לחברי המועדון הטבות לרכישה בסופר-פארם וכן ברשתות נוספות הפעילות בתחומי הלייף סטייל. המועדון מונה מעל ל-450 אלף לקוחות, כשבין נותנות ההטבות הקבועות לחברים נמצאות דלק, מנטה, איסתא, מקדונלד'ס, טויס אר אס, קרביץ, גו אקטיב, אייס, אוטו דיפו, דבליה, וואלה שופס ואלקטרה בר. בסוף 2013 הושקו כרטיס לייף סטייל אמריקן



- |  |  |   |   |  |   |  |
|--|--|---|---|--|---|--|
| <p><b>2013</b><br/>השקת מחלקת ספורט ושירות הביטוח Life Direct.</p> | <p><b>2012</b><br/>השקת המותג הפרטי השני של הרשת - Sunday.</p> | <p><b>2009</b><br/>השקת כרטיס אשראי LifeStyle plus.</p> | <p><b>2008</b><br/>השקת סופר-פארם אופטיק.</p> | <p><b>2001</b><br/>פתיחת סופר-פארם בפולין.</p> | <p><b>1994</b><br/>השקת המותג הפרטי Life.</p> | <p><b>1978</b><br/>פתיחת הסניף הראשון בבוה אמירים בהרצליה.</p> |
|--|--|---|---|--|---|--|