

מחנות רהיטים קטנה ברחוב בן יהודה בתל אביב, הפך אמריקן קומפורט לאימפריה מותגית, המציעה לא רק כורסאות טלוויזיה מפנקות, אלא גם מערכות ישיבה לסלון מתכווננות, כורסאות מסאז' בסגנון שיאצו והפיתוח החדש: מיטות מתכווננות, מזרנים ומוצרי מסאז' ידניים שישווקו בתת רשת חדשה



הן כמו כורסת הטלוויזיה, שאפשר לכוון, להשעין מושב לאחור, ולהניח רגליים על הדום נשלף.

בשנת 2004, עם התחזקות מגמת ה-Well Being, משיק אמריקן קומפורט כורסאות מסאז'. מדובר בכורסאות חשמליות, שבתוך המושב שלהן מותקנת מערכת ממונעת שעושות מסאז' בסגנון שיאצו למי שיושב עליהן, במגוון

החברה עולה בקמפיין בסיסמה "לא תראה את סוף הסרט" ונראה בו גבר, שנרדם על כורסת אמריקן קומפורט, מול מסך הטלוויזיה שלו. במשך השנים, יצאו בסדרה זו קמפיינים נוספים.

הקמפיין יצר שינוי בשוק וזינק במכירות מערכות ישיבה מתכווננות. המותג מחזק את עיצובו האמריקאי, למרות שלמעשה מדובר במותג ישראלי שרק מיוצר בארצות הברית, ואט אט חל היפוך במגמה בשוק: מכירות כורסאות הטלוויזיה הדניות יורד, וכורסאות טלוויזיה מתכווננות משתלטות על השוק. אמריקן קומפורט, המותג הראשון בשוק שגם השקיע בשיווק ומיתוג, גורף את מירב נתחי השוק.

הצלחת המותג מביאה את עמינח להחלטה להרחיב את הרשת. מחנות אחת בכך יהודה, צומח המותג לרשת שמפעילה היום 17 חנויות אמריקן קומפורט ברחבי הארץ.

בשנת 1998, לאחר שבעמינח מזהים התעוררות בתחום מערכות ישיבה בסלונים, הם מחליטים להרחיב את אמריקן קומפורט גם לתחום זה. החברה מתכננת ומפתחת מערכות ישיבה סלוןיות (3,2,1), שפועלות גם

המותג אמריקן קומפורט החל את פעילותו בישראל כחנות קטנה ברחוב בן יהודה בתל אביב, שהתמחתה במכירת כורסאות טלוויזיה נפתחות שיובאו מארצות הברית. החנות הייתה שייכת לקונצרן הרהיטים רים שנקלע לקשיים כלכליים ומי שרכשה את המותג אמריקן קומפורט בשנת 1993 הייתה עמינח.

הסביבה התחרותית

בתחילת פעילותו של אמריקן קומפורט בישראל, כורסאות הטלוויזיה ששלטו בסלונים הבתים בישראל היו בסגנון סקנדינבי: כורסאות עץ עם הדום לרגליים שלא היה מחובר אליהן, בעיצוב ונוחות סגפניים.

בעולם, מערכות ישיבה דניות נפוצות בעיקר באירופה, בעוד שכורסאות טלוויזיה מתכווננות כמו אלה של אמריקן קומפורט שולטות כמעט לחלוטין בשוק האמריקאי.

פעילות שיווקית לאורך השנים

בשנת 1993, מחליטה עמינח לפתח את המותג ולשנות לחלוטין את הרגלי הישיבה של הישראלים מול הטלוויזיה.





www.american-comfort.co.il

דברים שלא ידעת על אמריקן קומפורט

- אמריקן קומפורט הוא מותג ישראלי. אין כמוהו בעולם. אולם בשל חוזקו עולה לעתים במחקרים שצרכנים מוכנים להישבע שאת האמריקן קומפורט שלהם הם רכשו בארה"ב והביאו ביבוא אישי לישראל.
- מרבית כורסאות אמריקן קומפורט מיוצרות במפעלים בארצות הברית לפי תכנון ופיתוח ישראליים.
- אחד האתגרים הגדולים ביותר בתחום כורסאות הטלוויזיה הוא לייצר כורסה שתהיה גם נוחה וגם מעוצבת. מסתבר שמדובר במשימה בלתי אפשרית. קיים יחס הפוך בין מידת הנוחות של הכורסה ליכולת לעצב אותה - ולהיפך.
- מחקר שנערך מצא, שלמרות שאמריקן קומפורט לא שיווק מעולם מזרן תחת שם המותג שלו, אותו 'מזרן' נהנה מ-80% מודעות בלתי נעזרת.



צרכנים ישראליים לגבי מזרנים, היא הופתעה לגלות שאחוז מפתיע בגובהו של צרכנים ישראליים מאמין, שאמריקן קומפורט הוא מותג מזרנים. ולא זו בלבד, מסתבר שלאותם מזרנים, שכאמור - כלל אינם קיימים, יש תפיסת איכות גבוהה ביותר.

לאחר שבדמינו מבינים, שיבלי לשים לב, אמריקן קומפורט הופך למותג מזרנים איכותי ומוביל מבלי שהחברה ייצרה ולו מזרן אחד, מחליטים בחברה לממש את הנכס החדש שיש ברשותם ולהיכנס לקטגוריה חדשה.

באוקטובר 2008 מוקם פורמט חדש ברשת חנויות אמריקן קומפורט ונפתחת בדרך דיזיין חנות ראשונה המציעה מזרנים, מיטות מתכווננות ומוצרים חשמליים קטנים כגון מאסז'רים ידניים, מושבי שיאצו, מתקני מסאז' רגליים וכריות - במותג אמריקן קומפורט. הצלחת הפורמט החדשה מובילה לפתיחת חנות נוספת במרכז G בכפר סבא ולהתרחבות לסניפים נוספים שמיקומיהם

עוצמות ותוכניות כדוגמת לשה, טפיחה, הקשות ורטט, הפועלות בנפרד או במשולב. בנוסף, קיימות בכורסת השיאצו מערכות חימום, כיסי אוויר ומערכת MP3, המשמיעה מוסיקה שמסונכרנת עם קצב המסאז'. גם אמריקן קומפורט שיאצו מתגלה כהצלחה שיווקית. כדרך למתן מענה לצרכנים עם צרכים מיוחדים, פיתחה אמריקן קומפורט את מאמי קומפורט - המיועדת לתקופת ההריון וההנקה, את סטנד איזי - כורסה ייעודית לתמיכה בקימה ושיבה למי שמתקשה בכך, ואת ריגל - שהיא כורסא מדיקלית המתאימה לסייע בתהליכי טיפול שונים.

התכניות לעתיד

עוצמתו של אמריקן קומפורט כמותג מאפשרת לו לצמוח ולהתפתח לתחומים רבים. לפני כשנה, בסדרת מחקרים שערכה עמינח במסגרתם היא בדקה מודעות למותגי מזרנים ותפיסות איכות של

ייקבעו בשנים הבאות.

גם מבחינת מיצוב המותג חל שינוי. אמריקן קומפורט, ששווק בראשית דרכו בסיסמה "כורסאות הטלוויזיה הטובות בעולם", ועם כניסתו לקטגוריות חדשות שווק תחת "כורסאות הטלוויזיה ומערכות השיבה הטובות בעולם", שווק בעתיד בסיסמה "עולם של נוחות בהתאמה אישית".



2008

המותג נכנס לתחום המזרנים, מיטות מתכווננות ומכשירי מסאז, ביידים.



2004

אמריקן קומפורט שיאצו מושק בישראל.

2001

אמריקן קומפורט משיקה מערכות ישיבה סלוניות מתכווננות.



1993

עמינח רוכשת את אמריקן קומפורט ומשנה את הרגלי הישיבה מול הטלוויזיה בישראל.

1990

חנות אמריקן קומפורט נפתחת ברחוב בן יהודה בתל אביב.