

ZARA

אופנת נשים, גברים וילדים

האתגר הגדול של ZARA בשנים האחרונות היה כיצד לפעול בשוק תחרותי, המשקיע בפרסום, הנחות ומבצעים - כשהיא אינה עושה זאת

כדי להביא לישראל פריטי אופנה עדכניים המתומחרים במחירים אטרקטיביים. פריטי אופנה אלה גם הוצבו במקומות המתאימים בחנויות כדי לשדר את הצעת הערך בצורה הבולטת ביותר. ZARA גם השיקה בישראל כרטיסי מתנה אלקטרוניים

הוא מתחרה. התנהגות הצרכנים בישראל השתנתה בשנים האחרונות. כיום קיימת בקרבם מודעות גבוהה למותגים ולאופנה, וצרכנים רוכשים בגדים אופנתיים לא רק לאירועים מיוחדים אלא גם ליומיום. גם בקרב גברים גדלה המודעות והנכונות לצרוך אופנה.

האתגרים השיווקיים

ZARA הייתה צריכה להחליט כיצד לפעול בשוק המבוסס על פרסום, הנחות ומבצעים כאשר האסטרטגיה העולמית שלה מונעת זאת ממנה. ZARA הייתה ידועה מאד בישראל כרשת אופנה לנשים, והייתה צריכה להגדיל מודעות, העדפה וקנייה גם לקולקציות הגברים והילדים שלה. ZARA הייתה צריכה להפוך לנגישה ליותר ויותר לקוחות בחלקים שונים של המדינה.

הפתרונות היצירתיים

בשנים האחרונות, ZARA התמקדה בהגדלת המודעות להצעות הערך שלה בתחום ההלבשה לגברים וילדים. בין השאר, שונה פרמט החנויות וכיום קיימת כניסה נפרדת, המובילה היישר למחלקת הגברים. בתחום הילדים, הותאמו הקולקציות כך שבחנויות הוצעו יותר פריטי בייסיק יומיומיים, כדי שלקוחות יקנו ב-ZARA גם בגדים שילדים לובשים לגן ולבית הספר. הרשת נקטה במדיניות פתיחת סניפים מואצת לא רק במרכז הארץ אלא גם בפריפריה. אלמנט נוסף שחוזק הוא תחום יחסי ציבור. החברה מעניקה כיום יותר פריטים מהקולקציה שלה להפקות אופנה, ודואגת לשמור על נוכחות בתקשורת באמצעות הודעות יחסי ציבור, ראיונות ודיווחים על פעילויותיה. החברה גם הקימה אתר אינטרנט, בעברית, המתקשר עם הקהל המקומי ומופד מאתר ZARA העולמית בכתובת www.africa-israel.co.il/zara. במקום לתת הנחות, פעלה המחלקה המסחרית בחברה

ZARA היא רשת אופנה ספרדית השייכת לקונצרן Inditex (שבבעלותו 8 מותגי אופנה וביניהם Pull and Bear ו-Massimo Dutti). כיום, פעילה ZARA ב-72 מדינות ומפעילה 1,314 חנויות.

לישראל, נכנסה הרשת בשנת 1997 ופתחה את הסניף הראשון שלה בקניון רמת אביב. לאחר שש שנים, רכשה אפריקה ישראל השקעות את הזיכיון מידי המשביר לצרכן (הישן). כיום, הרשת מונה 19 סניפים הפרושים מנצרת בצפון ועד אילת בדרום.

מתחילת דרכה, הציבה הרשת כמטרה להוביל את תחום האופנה בישראל בנישה שיווקית אחרת ובחדשנות, ולהעניק ללקוחות חווית קניה. אחד הדברים המאפיינים את הרשת היא תחלופת המוצרים הגבוהה: כדי לחסוך במלאים וכדי להציג Time to Market קצר, מוטסות כמויות מוגבלות של פריטי אופנה עדכניים לישראל פעמיים בכל שבוע. הדבר מהווה גם חלק מהאסטרטגיה של הרשת, שמתקשרת לצרכן ש"כדאי לקנות מהר, לפני שיגמר".

הרשת מפעילה פורמטים שונים בחנויותיה ופונה לא רק לנשים אלא גם לגברים וילדים. חלק נכבד מקהל לקוחותיה של הרשת מגיע מהמגזר הערכי ומהמגזר החרדי.

הסביבה התחרותית

תחום האופנה בישראל הינו תחום דינמי ותחרותי. השוק מתחלק בין רשתות אופנה (מקומיות ובינלאומיות) לבוטיקים פרטיים. התחרות העזה הניטשת בענף מובילה למבצעי הנחות אגרסיביים ולמכירות 'סוף עונה', שמתחילות לרוב עוד לפני שהעונה התחילה. התחום מאופיין בהוצאה גבוהה על פרסום.

בתחום הזה, ZARA שונה ממתחרותיה: כחלק מאסטרטגיה עולמית היא אינה מפרסמת, לא נותנת הנחות ולא עורכת מבצעים, מלבד שתי מכירות 'סוף עונה' במועדים קבועים. ZARA רואה בחלונות הראווה שלה את צינור הפרסום העיקרי ללקוח והיא משקיעה תקציבים גבוהים בעיצובם.

הרשת גורסת כי היא חייבת להיות הטובה ביותר בתוך החנות שלה וכי כל מי שמוכר אופנה בסביבתה





www.africa-israel.co.il/zara
 מרכז טלפוני ארצי: 1599-510-510

זכרים שלא ידעת על ZARA

- ZARA מחליפה את הקולקציות בחנויות שלה פעמיים בשבוע.
- מלבד אופנה לנשים, ZARA מציעה גם אופנה לגברים, ילדים ותינוקות.
- בישראל, הרשת מעסיקה מעל 1,000 עובדים ומוכרת מדי שנה כ-560 מיליון שקל.
- כל אחת מחנויות ZARA בישראל משתרעת על שטח גדול, כדי לאפשר את הצגת מחר הקולקציות בכל אחת מהמחלקות בחנות.
- משרדי ההנהלה של החברה נקראים 'משרדי השירות', ומסמלים את הסגנון הניהולי הכולל של ZARA, בהיענות לרצון הלקוח ובכנימות המתבטאת בהתאמה לצרכים המקומיים.



שירות, המגדירה את הסטנדרטים אליהם מחויבים עובדי הרשת. כמו כן, הקימה הרשת מוקד שירות לקוחות ראשון בין חברות האופנה, המציע ללקוחות פתרונות של איתור פריטים ואף רכישה דרך המוקד כולל שליחת הפריט עד בית הלקוח. העובדים עוברים הדרכה מתי לסייע ללקוחות בחנויות ומתי לתת להם לבדוק פריטים בעצמם. כחלק ממטן השירות, מוצע כיום ללקוחות שירות סטיילינג וקניינות אישית, המתאים לגברים ונשים כאחד. תמורת 150 שקל לשעתיים, סטייליסטית אישית מקצועית, פוגשת את הלקוח/ה בחדר פרטי להתאמת ובחינת הצרכים ואז מתאימה בחנות פריטי הלבוש ואביזרים, הנמדדים בתא הלבוש פרטי ומרווח.

ובעתיד...

ZARA תמשיך לפתוח חנויות נוספות בישראל כדי להתקרב ללקוחותיה בכל רחבי הארץ. הרשת תמשיך לחדש ולהציע לצרכן הישראלי בכל אחת מחנויות הרשת מגוון, המתחלף פעמיים בשבוע, של פריטים אופנתיים ואיכותיים, ותמשיך להשקיע במתן שירות ובחווית קנייה בכל ביקור בחנותיה.



נטענים GIFT CARD, המשווקים בערכת מתנה מהודרת. הרשת אינה מעניקה ללקוחות הנחה כלשהי ברכישת כרטיסים אלה, אך הם משמשים כמתנה ותורמים למכירות החברה ולהכנסת לקוחות חדשים לסניפיה. ZARA משתפת פעולה עם חברות כרטיסי האשראי, המציעות בשמה הנחות לרכישה בחנויות. אחד הכלים המשמעותיים ביותר ליצירת בידול ומובילות היה ההשקעה בשירות. הרשת השיקה ב-2004 אמנת



2009
 ZARA פותחת את החנות ה-19 בישראל בקניון G בכפר סבא.

2008
 ZARA משיקה את שירות הסטיילינג וקניינות אישית שלה, המוצע לגברים ולנשים.

2008
 חנות ZARA ברמת אביב נפתחת לאחר שיפוץ בן חודשיים ושוברת את שיא המכירות העולמי לחנות ברשת.

2004
 ZARA משיקה את אמנת השירות שלה.

2003
 אפריקה ישראל השקעות רוכשת את השליטה ב-ZARA.

1997
 ZARA פותחת את החנות הראשונה בישראל בקניון רמת אביב.