

עמינה

מובילה את עולם השינה

סיכור ההצלחה של עמינה נובע מנועזות שיווקית, יזמות וחדשנות, שהציגו בפני הצרכן הישראלי את המרכז הבריאותי, ספכה, מיטה וחצי ואת קינג קויל SPA. והיום, המותג פותח חנויות בכל העולם ומלמד את הרוסים להגיד SAPAPA ואת האמריקאים לומר AMINACH



מיטה וחצי

King Koil



ב-1994, הוחלט לשנות את האסטרטגיה של הרשת ולנהל אותה 'למטרות רווח', כדי שתהפוך לגורם משמעותי בשוק. סניפי הרשת נפתחו בזה אחר זה במרכזי פאזר סנטר, שאפשרו למותג ליהנות מטרמפיק של צרכנים, ובשכירות נמוכה מזו שהייתה נהוגה בקניונים.

גוד נייט

בשנת 1998, רשת עמינה סנטר מתמודדת מול מתחרה חדש ואגרסיבי: רשת גוד נייט, שפעלה בקונספט של 'מחסני מזרנים', ואתגרה 'מלמטה' את עמינה סנטר שמוצבה כפרימיום. כדי להתמודד עם המתחרה החדש, הקימה עמינה רשת מחסני מזרנים משלה וקראה לה Sleep Mart. ב-2002, נקלעה גוד נייט לקשיים ועמינה רכשה אותה, מיזגה לתוכה את Sleep Mart והמשיכה להפעיל אותה בשם גוד נייט.

כיום, חלק מהאסטרטגיה של עמינה הוא להתחרות בעצמה. לכן ניתן לראות במרכזי קניות חנות של עמינה סנטר ולצידה חנות של גוד נייט.

ספכה

ב-1975 השיקה עמינה את ספכה - מיטה-ספכה, שגם נפתחה למיטה נוספת וגם התהדרה במזרן קפיצים. הספכה פנתה לבני נוער, שעד אותו יום ישנו במיטות עץ עליהן הונחו דיקט ומזרן גומי, והציעה להם מיטה קולית, טרנדית, צעירה ולא פחות חשוב: במגוון של צבעים וריפודים. עם השנים, ספכה הפך לשם גנרי למיטה מהסוג הזה.



אותה למעמד של מותג מוביל:

המרכז הבריאותי

בשנת 1970 עמינה משיקה בישראל קונספט מהפכני בשם 'המרכז הבריאותי', המאפשר למרכז המזרון להיות קשיח יותר וכך לספק תמיכה לגב ולשפר את איכות השינה. קמפיין בסיסמה "אתה מוכרח עמינה. היחיד עם המרכז הבריאותי" סיפק לעמינה USP ייחודי וגרם לגידול עצום במכירות.

עמינה סנטר

עד לשנת 1994, פועלת רשת חנויות עמינה במטרה לתמוך במשווקים שלה בצורה הבאה: המוצרים בחנות תומחרו במחירים גבוהים כל כך, שצרכנים שנכנסו אליה 'נבהלו', וכנו לקנות אותם במחיר נמוך יותר אצל המשווק.

ב-1965 הוקמה עמינה, כחברה שמתמחה במיטות ובמזרנים.

בימיה הראשונים של עמינה, היא התמודדה מול מותגים גדולים ומבוססים. אחד מהם היה קונצרן רים, שבבעלותו היו חנויות רהיטים בכל הארץ. לימים, נקלעה רים לקשיים ועמינה רכשה אותה.

עמינה מפעילה כיום פורטפוליו של מותגי מזרנים ומיטות וביניהם: עמינה, KING KOIL, ספכה, מיטה וחצי, SERTA דניש, רים ואמריקן קומפורט. בנוסף, בבעלות החברה מספר רשתות: עמינה סנטר הממוצבת כפרימיום, גוד נייט שהיא רשת מיינ סטרים, רשת אמריקן קומפורט ורשת עמינה מדיק, המתמחה במזרנים ובמיטות לחולים סיעודיים.

במהלך השנים, עמינה ביצע מספר פריצות דרך, הן ברמת פיתוח המוצר והן ברמה השיווקית, שהביאו





www.aminach.co.il

דברים שלא ידעת על עמינח

- בממוצע, צרכן ישראלי מחליף מזרן פעם ב-7 שנים.
- מנהל השיווק של רים, מותג שהתחרה בזמנו עמינח ואחר כך נרכש על ידו, היה בנימין נתניהו.
- סנדי בר, אגם רודברג, עומר ברנע ואחרים - התחילו את קריירת הדוגמנות שלהם כילדים, המקפצים על מיטות ומזרנים של עמינח.
- שמה של רשת הריהוט שעמינח מפעילה ברוסיה ואוקראינה הוא 'ספפה'.

מדינות באמצעות רשתות בבעלותן, רשתות בזכיינות ומפיצים עצמאיים. עמינח תפתח בארצות הברית 10-15 חנויות בתוך שלוש שנים ברשת AMINACH.



ה-SPA בעולם. עמינח ייצרה מזרן מיוחד - קינג קויל SPA, שנמצא בשימוש מלונות SPA בעולם ומוצע לרכישה גם לצרכנים פרטיים.

Back Check

אחד האתגרים בפניהם עמדה עמינח בשנים האחרונות הוא כיצד לבדל את רשת עמינח סנטר, וכיצד לסייע לצרכנים, שעומדים מבולבלים בחנות מול מגוון של מזרנים המציעים תועלות שונות. לאחרונה, השיקה הרשת מערכת ממוחשבת, שממליצה לצרכן מהו המזרן המתאים לו ביותר. לאחר סדרה של שאלות שהצרכן נשאל בחנות, הוא נשכב על המזרן והמערכת מנתחת את הלחץ שגופו מפעיל. לאחר מכן, המערכת ממליצה לו על 3 אופציות למזרנים שמתאימים לו ביותר והוא יכול לנסותם בחנות ולבחור אחד מביניהם.

ובעתיד...

עמינח תמשיך לפעול תחת המיצוב "מובילה את עולם השינה" ולפתח את שווקי הייצוא שלה לחו"ל. המותג פעיל כיום ב-14

מיטה וחצי

ב-1994, זיהתה עמינח במחקרים שערכה, שלבני הנוער נמאס לישון על מיטות נוער צרות ברוחב 80 ס"מ. התוצאה היא המצאה ישראלית: מיטה ברוחב 1.20 מטר, שהפכה לקטגוריה משל עצמה, ושהושקה בסיסמה "אפשר לישון באלכסון". גם כאן הפך שם המותג לגנרי בקטגוריה החדשה.

קינג קויל

לעתים, טקטיקה הופכת לאסטרטגיה והמקרה של מזרני קינג קויל מוכיח זאת. בעמינח ניסו למצוא מיצוב חדש למותג, לאחר שבמשך שנים הוא מוצב כאמריקאי וכ"הכי טוב, הכי יקר". בעמינח זיהו שמלונות יוקרה בעולם מנסים לבדל את עצמם דרך חוויית שינה ומשקיעים ברכישת מזרנים יוקרתיים לחדרים. שיתוף פעולה עם רשת ישרוטל הוביל לפעילות משותפת, במסגרתה פותח עבור מלון יערות הכרמל מזרן מיוחד של קינג קויל, ושני המותגים יצאו בקמפיין משותף בו נראה זוג אורחים המנסה להבריח מהמלון מזרן. כיום, קינג קויל ממוצב כמזרן לשינה איכותית ("אין שינה נוחה יותר") והדגם שיוצר במיוחד ליערות הכרמל נמכר במספרים גדולים גם בחנויות רגילות כמו גם בחנות המלון. השלב הבא במיצוב קינג קויל לוקח אותו לעולם מלונות



2009

עמינח פותחת חנות בלוס אנג'לס. AMINACH ראשונה

1994

עמינח משיקה את מיטה וחצי.

1975

עמינח מפתחת את ה'ספפה'

1970

עמינח משיקה את 'המרכז הבריאותי'

1965

בנו של משה, אברהם, מקים את עמינח.

1935

משה שוורץ עולה מפולין ומתחיל לייצר מזרנים.