

מותג המקררים אמנה הביא לישראל את מהפכת המקררים עם המקפיא התחתון, והיה הראשון בקטגוריה להציע ציפויים, המותאמים אישית למטבח של הצרכן

של המקרר ורק ארבע הן של המקפיא. בנוסף, מרבית הפעמים בהן הצרכנים פותחים את המקרר שלהם הן על מנת להוציא, או להכניס, ירקות, פירות ומוצרי חלב, הנמצאים לרוב בחלקו התחתון של המקרר, ולא במקפיא. באמנה הגיעו למסקנה, כי העברת המקפיא לתחתית המקרר תשפר באופן משמעותי את נוחות הצרכנים במטבח ואת הגישה שלהם לפירות ולירקות, ותהפוך את חייהם לקלים יותר. בשלב הראשון הגיעו משווקי המותג לתובנה, כי אם נדרש לבצע מהפכה בשוק מסורתי וצפוף יחסית, יש צורך ללמוד טוב יותר את השטח ולבדוק את תגובות הצרכנים לקונספט החדש.

השיקה אמנה את המיקרוגל הראשון שהיה מיועד לשוק הביתי.

פעילות המותג בישראל

המותג אמנה מיובא לישראל על ידי חברת תדיראן גרופ (לשעבר חברת קריסטל מוצרי צריכה) מאז שנת 1997. בשנים שלפני הגעת המקררים של אמנה לישראל שלטו בשוק המקומי בעיקר המקררים בעלי המקפיא העליון. מרבית המקררים שנמכרו בישראל באותן השנים היו מתוצרת מקומית. החדירה של מקררי אמנה, המיוצרים בארצות הברית, לשוק המקומי התבססה על קונספט המקפיא התחתון. פיתוח המקפיא התחתון מתבסס על התובנה המרכזית כי מכל 30 פתיחות דלת, 26 הן

תאגיד אמנה, מותג אמריקאי בתחום מוצרי החשמל הביתיים, הוקם בשנת 1934 על ידי ג'ורג' פורסטנר במחוז "Amana", שבמדינת איווה, ארצות הברית. בתחילה נקראה החברה The Electrical Equipment Co., ובשנת 1950 היא נרכשה על ידי קבוצה של מהגרים גרמנים וזכתה לשם מקררי אמנה, על שם המקום שבו הושק המותג לראשונה.

בשנת 1956 נרכש המותג על ידי חברת Raytheon, ממציאת המיקרוגל. בשנת 1997 נמכרה אמנה לתאגיד Goodman Global (שעדיין מחזיק קו של מזגנים תחת שם המותג אמנה), ובשנת 2002 היא נמכרה לחברת Maytag, שהיא כיום חלק מתאגיד Whirlpool. בשנת 1947 השיקה אמנה את המקרר האנכי הראשון לבתים, ובשנת 1949 השיק המותג את המקרר הראשון שכלל מקפיא לצד מקרר, דלת ליד דלת. בשנת 1967





www.tadiran-group.co.il

דברים שלא ידעת על AMANA

- אמנה נקראת על שם מחוז Amana במדינת איוהו, שבארה"ב.
- אמנה הייתה הראשונה לייצר מקררי דלת ליד דלת כבר בשנת 1950, והם גם היחידים בישראל, המאפשרים את התאמת הציפוי לארונות המטבח.
- למקרר אמנה טריו שלוש דלתות יש את נפח אחסון המזון הטרי הגדול בשוק, ולמקררים הפוכים בעלי שתי הדלתות יש תכונה שאין לאף מקרר הפוך אחר: דלת המקפיא התחתונה היא בעצם מגירה נשלפת ולא דלת בסגנון ארון, מה שמקל על השליפה והאחסון.
- קו המקררים של אמנה כולל את כל סוגי המקררים: מקפיא עליון, Side by side, מקפיא תחתון, טריו שלוש דלתות ומקררים אינטגרליים, המותאמים למטבחי בילט אין.

מתיחת פנים לעיצוב החיצוני של המקררים. בין שאר החדשנויות, הקו החדש של מקררי אמנה יהיה חסכוני יותר בחשמל, ויכול לציפוי טיטניום, שמונעים את הישארותן של טביעות אצבע על דלתות המקררים. הקו כולל 11 דגמים שונים.



מהטעם העיצובי של הצרכן בישראל. כתוצאה מכך, עיצוב המקררים של אמנה הפך לחסם מכירות בעייתי עבור המותג ובתדיראן גרופ נדרשו לפתרון יצירתי. לאחר שנוצר קושי לקבל מהחברה בארצות הברית מענה מתאים לדרשות השוק המקומי, החליטו משווקי המותג בישראל לייצר בעצמם את ציפויי המקררים, תוך שימוש ביכולות מפעל המקררים של החברה בעפולה, וזאת על מנת שיתאימו בדיוק לדרשות השוק בישראל. גם במקרה הזה נערכו בדיקות שוק מקדמיות באמצעות המשווקים השונים, במטרה להבין מהם העיצובים הנכונים ביותר לצרכנים הישראלים. כתוצאה מכך, אמנה הפך להיות מותג המקררים היחיד בישראל עם מגוון נרחב של ציפויים וגדלים שונים, המאפשרים התאמה אישית ומדויקת לעיצוב הספציפי של המטבח של כל אחד מהצרכנים. בעקבות המהלך בישראל, הבינו גם באמנה העולמית את החשיבות הגדולה של עיצוב המקרר והתאמתו למטבח בבית הצרכן להחלטת הרכישה הסופית.

ובעתיד...

תדיראן גרופ מתעתדת להמשיך ולמנף את עוצמותיו של המותג על מנת לחשוף את קהל הלקוחות לערכיו המוספים, ובכך להגדיל את הביקושים ואת נתחי השוק שלו בקטגוריות בהן הוא פועל. בקרוב ישיק המותג קו חדש של מוצרים, המגלם בתוכו

על כן, החברה ייבאה לישראל מספר דגמים של מקררי המותג ופיזרה אותם בין קמעונאים שונים, וביצעה תצפיות על תגובות הצרכנים ביחד עם ראיונות עם לקוחות ואנשי המכירות. בהתבסס על ניתוח המידע שנאסף ובחינה ולימוד של התגובות מהשטח, נבחרו הדגמים של אמנה שנמצאו כמתאימים יותר לשיווק בשוק המקומי. המסר השיווקי שליווה את קמפיין ההשקה של המקררים החדשים היה "אמנה - מהפך", והוא שם דגש מרכזי על תכונת המוצר ועל העובדה שהוא מציע דלת מקפיא תחתונה. ההצלחה של מקררי אמנה הגיעה לשיאה כשנה לאחר השקתם בישראל. מצפי מכירות של כ-500 מקררים בשנה, הגיעה החברה בתוך זמן קצר למכירות של אלפי יחידות בשנה. נקודת ציון בהיסטוריה של המותג בשוק המקומי הגיעה בשנת 2006, אז הכריז נשיא אמנה העולמית כי ישראל כבשה את המקום הראשון בעולם (מחוץ לארה"ב וקנדה) במכירות מקררי אמנה.

ציפויים מותאמים אישית

באמריקה, כידוע, הכול גדול. וכך גם המקררים של אמנה, המתאפיינים לא רק בנפח פנימי גדול אלא גם בעובדת היותם מסיביים וחזקים, תכונות המועדפות על הצרכן הישראלי ומתאימות למטבח ולהרגלי צריכת המזון ואחזקתו בישראל. אבל, הטעם העיצובי בארצות הברית שונה באופן מהותי

2011
תדיראן גרופ משיקה בישראל את 'הדור הבא' של מקררי אמנה.

2006
נשיא אמנה מכריז על ישראל כשוק המוביל בעולם במכירת מקררים (יחסית לגודל האוכלוסייה).

2002
המותג נרכש על ידי תאגיד MAYTAG שמצוי כיום בשליטת Whirlpool.

1999
אמנה משיקה בישראל מגוון ציפויים למקררים.

1947
אמנה משיקה את המקרר האנכי הראשון לבתים.

1934
חברת אמנה מוקמת במדינת איוהו.