

על מנת לשכנע צרכנים כי מזרן קשה אינו הפתרון האידיאלי עבורם וכי כדאי להשקיע ברכישת מערכות שינה, הולנדיה ממקדת בשנים האחרונות מאמצים בפיתוח טכנולוגיות שינה מתקדמות, יצירת חוויות התנסות והוספת תועלות למוצריה

היושבים בהולנד הנחשבת 'מעצמת מחקר שינה' עולמית. אחד הפתרונות שהושקו לאחרונה אכן עונה על האתגר השיווקי. מדובר בסדרת מזרנים של הולנדיה, המבוססים על חומר בשם Tempur, שפותח במקור במעבדות המחקר של סוכנות החלל האמריקאית נאס"א, שחיפשה חומר שישבור את חוק ניוטון הקובע כי ברגע שלוחצים על חומר הוא מפעיל לחץ נגדי במידה זהה. על כן, ה-Tempur הינו חומר גלם אידיאלי לייצור מזרונים נעימים ונוחים, שמתאימים את עצמם לגוף האדם ומספקים לו את התמיכה הרצויה. השנה, השיקה הולנדיה את ה-Tempur Cloud - מזרן חדש, המיוצר מהחומר שפותח במעבדות נאס"א, ושהושק תחת הקונספט של 'יתחושת שינה על ענן'.

כחלק מן המאמצים לשכנע צרכנים, מאמינים בהולנדיה כי המבחן הצרכני המנצח הוא ההתנסות. זו הסיבה שאנשי המכירות מעודדים את הצרכנים להגיע לחנות עם בן זוגם כדי להשתרע על המיטה לכנייהם מבצעים את הרכישה, וזו גם הסיבה שהשקת ה-Tempur Cloud שמה במרכז את ההתנסות.

באירוע ההשקה, הציבה הולנדיה בהאנגר 11 בתל אביב 145 מיטות, והזמינה קבוצה מצומצמת של ידוענים ומובילים דעה לערב של האזנה למוזיקה במיטה, מתוך תפיסה כי ההנאה הגדולה ביותר ממוזיקה נובעת מהאזנה לה במצב שכיבה. ואם כבר לשכב - אז על המזרן החדש המונח על אחת מהמיטות המתכווננות של המותג. במהלך הערב שכבו הידוענים על מיטת הולנדיה, התנסו בחוויית השכיבה על המזרן החדש והאזינו להופעה מוזיקלית. האימפקט התקשורתי למהלך היה גדול, והאירוע סוקר ביותר מ-200 תחנות שידור בעולם, ובמאות עיתונים ובאתרי אינטרנט שונים.

על מנת לשכנע צרכנים, כי מחיר לא צריך להיות פקטור ההחלטה המרכזי ברכישת מזרן או מיטה, פועלת הולנדיה על מנת לייצר יתרונות מוספיים ותועלות מוכחות למערכות השינה שהיא מוכרת.

כאמור, אחת התועלות נובעת מפיתוח של מזרנים מחומרים חדשניים כדוגמת ה-Tempur כמו גם מהשימוש שעושים בהולנדיה ב-HPL - שרפים טבעיים, שמשמשים

מאמצי המו"פ של הולנדיה מושקעים כבר שנים ארוכות במחקר מתמשך של עולם השינה, ופיתוח פתרונות שיגרמו לאנשים לא רק לישון טוב יותר, אלא גם לרצות ולכלות יותר מזמן הערות שלהם במיטה. פיתוח הפתרונות, כמו גם הטכנולוגיות החדשות, מבוסס על מחקר ופיתוח שנעשה על ידי הולנדיה במרכז הפיתוח כשרות בשיתוף צוותי פיתוח,

הולנדיה היא חברה ליבוא, ייצור ושיווק לחדרי שינה, שהוקמה בשנת 1981 על ידי יצחק ברססט, חקלאי ממושב אורות, שהחליט לבצע הסבה מקצועית מחקלאות למסחר. שם המותג מתכתב עם הולנד, מדינה הנחשבת למעצמה עולמית בפיתוח מזרנים ומערכות לחדרי שינה. החנות הראשונה של המותג הוקמה בדיזנגוף סנטר בתל-אביב, ובנוסף למיטות ומזרנים נמכרו בה גם ספות, כורסאות, כריות, מצעים ושמיכות. כיום, פועלים במסגרת רשת חנויות הולנדיה תשעה סניפים קמעונאים בישראל. בשנים הראשונות להיווסדה, עסקה הולנדיה ביבוא מוצרים מוגמרים, אך לקראת סוף שנות ה-90 היא פתחה מרכז מחקר ופיתוח בעיר שדרות, ולאחר מכן הקימה מפעל לייצור ולהרכבת חדרי שינה. המוצר הראשון שפותח עצמאית על ידי החברה הינו מערכת השינה Gravity Zero[®], שהושקה בשנת 2000.

המעבר לפיתוח וייצור אפשר למותג להתרחב גם לארצות נוספות מחוץ לגבולות ישראל, וכיום משווקים מוצרי החברה במדינות אירופה, צפון אמריקה, אפריקה ואוסטרליה. בשנת 2008 פתחה הולנדיה בצפון אמריקה שני סניפים קמעונאים תחת שם המותג שלה.

הסביבה התחרותית

שוק המיטות והמזרונים בישראל נחשב לתחרותי יחסית, והולנדיה מיצבה את עצמה כפולחן הפרימיום הגבוה של הקטגוריה.

האתגרים השיווקיים

האתגר העיקרי של הולנדיה היה לשנות את התפיסה הצרכנית הרווחת בישראל כי שינה על מזרן קשה היא פתרון טוב לבציעות גב. אתגר נוסף היה לשכנע צרכנים, שברכישת מזרן, מחיר צריך להיות פקטור חשוב פחות, משום שעבור מזרן טוב ואיכותי, שישמש אותם כשליש מתוחלת החיים שלהם, שווה וכדאי לשלם יותר ולקבל בתמורה איכות גבוהה יותר.

הפתרונות היצירתיים

על מנת לענות על האתגרים השיווקיים, פועלת הולנדיה במספר מישורים.

על מנת להוכיח לצרכנים, הלכה למעשה, כי שינה על מזרן רך היא פתרון איכותי, השקיעה הולנדיה במחקר ופיתוח על מנת להציע לצרכנים מוצר שיתמודד עם האתגר.



hollandia.co.il

דברים שלא ידעת על הולנדיה

- החנות הראשונה של הולנדיה הייתה למעשה ויטרינה בגודל שישה מ"ר שמוקמה בתוך חנות לממכר מטבחים.
- מייסד החברה, יצחק ברבסט, שחגג לאחרונה 82, נחשב למומחה עולמי בתחום השינה ומשמש עד היום כיו"ר החברה, אותה מנהל בנו, אבי.
- לפני שמוצר יוצא לשוק, מנכ"ל החברה בודק אותו בכיתו יעל גופי.
- הולנדיה סיפקה את המיטות למשתתפי "האח הגדול", "לרדת בגדול", "24/7" ועוד. לצורך צילומי פרק ב"הישרדות" נשלח מזרן הולנדיה לאחד מהאיים בפיליפינים בסירת קנו.
- מפעל החברה והמשרדים ממוקמים בשדרות והם תומכים באזרחים קשי נפש הפונים לארגון 'אנושי'.



השינה שגילו, כי לצבע יש השפעה על התודעה גם כשישנים. בכל פעם, לפני שהם הולכים לישון, לקוחות החברה יוכלו לבחור לעצמם את הצבע שמתאים להם באותו רגע: צבע כחול יספק להם אנרגיות בזמן שהם ישנים, ירוק ישרה רוגע, וצהוב יפיץ אהבה.

שיוכל להתאים ללקוח את הפתרון הנכון ביותר לצרכיו, ולשכנע אותו ביתרונות ובתועלות של המוצרים. מעובדי הולנדיה ישנים בביתם על מוצרי החברה ומכירים יעל גופי את יתרונותיהם, והם גם משתתפים באופן שוטף בהדרכות הניתנות על ידי בעלי מקצוע מעולם הרפואה ועל ידי מומחי הנדסת שינה. עובדי המפעל יוצאים להשתלמות במפעלי לייצור מערכות שינה בחו"ל, והנהלת החברה פיתחה מערכת תגמול מבוססת מצוינות, שהיא כפי הנראה אחת הסיבות לכך שהוותק הממוצע של עובד בחברה עומד על 15 שנה.

לבניית מסגרת המיטה, ושיש להם יתרון לעומת לבידים או קורות עץ המשמשים לייצור מיטות רגילות וזולות, משום שמדובר בחומר חזק יותר וידידותי לסביבה. ההשקעה ביצירת תועלות ללקוח נובעת בין השאר מן העובדה כי איכות המיטה והמזרן היא רק חלק מהתפיסה הכוללת של הולנדיה לגבי סביבת השינה של הצרכנים. כך למשל, מחקרים שערכה החברה גילו כי צרכנים רבים מתקשים לנקות את האבק, שמצטבר מתחת למיטתם ושיכול לגרום לבעיות נשימה ואלרגיות. הפתרון של הולנדיה הגיע בצורת התקנת מיטה הכוללת ארבעה גלגלים, שמרימים את המיטה לגובה, ומאפשרים את הזזת המיטה וניקוי הרצפה בלחיצת כפתור.

ובעתיד...

הולנדיה תפתח שלוש חנויות חדשות בפריפריה בשנים הקרובות, ותמשיך להשקיע במחקר ובפיתוח של מוצרים חדשים. בקרוב תשיק החברה מיטה, הכוללת תאורת LED מתוחכמת בצבעים שונים, וזאת על סמך ממצאי מחקרים בתחום

על מנת שלקוחות יסכימו לשלם יותר, הולנדיה מאמינה כי עליה לספק להם יותר לא רק בתחום הפונקציונלי אלא גם במה שקשור למראה המיטה ולעיצובה. החל משנת 2008 החלה הולנדיה בשיתוף פעולה אסטרטגי עם מעצב העל האמריקני Karim Rashid, שעיצב עבור הולנדיה מיטה הנמכרת בבלעדיות תחת המותג. מכירות המיטה פרי שיתוף הפעולה הזה היו מרשימות, ועל כן גם השנה חברו ראשיד והולנדיה על מנת לעצב, לתכנן ולייצר מיטה חדשה. בהולנדיה מאמינים כי העובד שפוגש את הצרכן חייב להיות בעל ידע נרחב בשינה ואיכות חיים, על מנת



2011

השקת מזרן ה-Tempur
Claud בהופעה מוזיקלית
שכללה 145 מיטות הולנדיה
עליהן שכבו המאזינים.

2008

פתיחת רשת החנויות
בארצות הברית.

2000

החברה מתחילה
לייצא את מוצריה
לחו"ל.

2000

פיתוח המיטה
המתכווננת הראשונה.

1998

תחילתו של הייצור
העצמאי בשדרות.

1981

הולנדיה נפתחת
כחנות לרהיטי חדר שינה
בדיזנגוף סנטר.