



## היעד שהציב לעצמו המותג כתר הוא להיות מספר 1 בעולם בתחום מוצרי הצריכה מפלסטיק; כדי להגיע לשם, משקיעה החברה בחדשנות ובטיפול בכל שלבי שרשרת הערך: פיתוח, ייצור, הפצה, תמיכה שיווקית ושירות לקוחות

### הפתרונות היצירתיים

תחילתו של התהליך (שתואר בהרחבה במהדורת 2010 של ספר הסופרכרנס של ישראל) הייתה חיזוק מותג התאגיד כתר באמצעות יצירת אבחנה ברורה בסוגי הפעילות השונים של כל אחת מהיחידות העסקיות בחברה, מיתוגן מחדש ויצירת זהות תאגידית אחידה, תחת המותג Keter.

החל משנת 2008, כל יחידה עסקית בכתר הוגדרה וקיבלה שם חדש, המתאר את עסקי הליבה שלה. כך למשל, שונה שמה של היחידה העסקית העוסקת בייצור מוצרי אחסון ועיצוב לבית ל-Keter Home, היחידה המייצרת מוצרים לילדים נקראת Keter Kids וכדומה.

אחד התחומים עליהם שמה החברה דגש היא השקת חדשנויות בתחומי פעילותה, שנועדו להפוך את חייהם של הצרכנים למהנים יותר. לשם כך, משקיעה כתר תקציבים רבים במחקר ופיתוח מוצרים חדשים. בכל שנה, משיקה החברה עשרות מוצרים חדשים, וכשנים הקרובות היא מתעתדת להגדיל במידה ניכרת את מספר

שהשכילה להתפתח לתחומים רבים נוספים, הכוללים בין השאר פתרונות אחסון לחצר ולגינה, אביזרי גינות, מתקני משחק לגינה לילדים, גדרות, פתרונות אחסון לבית, פתרונות לבית, וארגזים לכלי עבודה. בשנת 2004, כתר העמיקה את אחיזתה בשווקים הבינלאומיים באמצעות רכישת שני מותגים אירופאיים מובילים שפעלו בתחומה: Allibert ו-Curver.

### האתגר השיווקי

כתר שמה לעצמה כמטרה להיות החברה מספר אחת בעולם בתחום מוצרי הפלסטיק לצרכנים, ולשפר את איכות חייהם של הצרכנים באמצעות מוצרים איכותיים. על מנת לעמוד באתגר, על החברה היה ליישם מהלך אסטרטגי לחידוד פעילות יחידותיה העסקיות, מיתוגן תחת מותג תאגידי אחד, בחינה ושיפור של כל שרשרת הפיתוח, הייצור, השיווק, ההפצה והתמיכה השיווקית, וחיזוק מערכות היחסים עם הקמעונאים, הלקוחות והצרכנים הסופיים.

חברת כתר פלסטיק החלה את דרכה ביחד עם קום המדינה כבית מלאכה קטן, שייצר מוצרים לבית מפלסטיק. בחלוף 65 שנים, מדובר במותג גלובלי בתחום מוצרי הפלסטיק לצרכנים, עם מחזור מכירות שנתי שעומד על כמיליארד דולר בשנה, נוכחות ב-90 מדינות ושיעורי צמיחה מרשימים. בלב האסטרטגיה של החברה עומדת הקביעה כי המוצרים הם שבמרכז והחברה מתמקדת בייצור מוצרים מפותחה, בעוד השיווק והמכירות נעשים בכל רחבי העולם באמצעות שותפים קמעונאיים.

עבור ישראלים רבים, המותג מזוהה בעיקר עם כסאות וריהוט גינה מפלסטיק, שכבשו כל גינה והוצבו תחת כל עץ רענן בחצרות הבתים בישראל במהלך שנות השמונים של המאה העשרים. ייצור ושיווק כסאות ושולחנות בהזרקה הם שהקנו בזמנו למותג יתרון תחרותי, וסייעו לו לכבוש שווקים רבים בעולם.

אולם כיום, תמהיל המוצרים של החברה מגוון הרבה יותר. תחום ריהוט הגינה, שבכל העולם הפך לקומודיטי, כבר לא מהווה נתח משמעותי במכירות החברה,





www.keter.com

## דברים שלא ידעת על כתר

- רף המכירות העולמי השנתי של החברה הוא כמיליארד דולר.
- כתר היא היצואנית הגדולה בישראל מבחינת מספר מכולות המטען שהיא מייצאת לחו"ל ממפעלי החברה בישראל.
- כתר מעסיקה 1,400 עובדים בישראל.
- לקבוצת כתר יש 29 מפעלי ייצור בכל רחבי העולם.



אותם לעמידים יותר לעומת רהיטים מקש. על הפיתוח, שרום כפנט עולמי, אחראי הפיתוח המרכזי ומרכז הפיתוח והחדשנות הבינלאומי של כתר - d-Vision. כחלק מתהליך חיזוק מערכות היחסים מול הקמעונאיים השונים עימם עובדת כתר בכל העולם ושיפור השירות לצרכנים הסופיים, כתר מאפשרת להם גישה ישירה למאגר התכנים שלה. החברה הקימה אתר אינטרנט גלובלי, המותאם באופן לוקלי למגוון המוצרים המוצע בכל מדינה. באמצעות האתר יכולים קמעונאים וצרכנים למצוא מידע פרטני על המוצרים בשפות שונות, כמו גם מידע על נקודות המכירה, שבהן ניתן לרכוש את המוצרים. כדי לאפשר ללקוחות הבינלאומיים של החברה - נציגי רשתות העשה-זאת-בעצמך הגדולות בעולם המבקרים בישראל - להתרשם ממגוון מוצרי החברה בסביבה קמעונאית אמיתית, הקימה עבורם כתר מרכז מבקרים, המשולב בסניף החברה ביוקנעם. כך, הם יכולים להתרשם לא רק ממגוון המוצרים של המותג, אלא גם מהדינמיקה עם הלקוח הסופי במעמד הרכישה.

המוצרים החדשניים שתשיק מדי שנה. בנוסף, על מנת לזהות את הטרנדים החדשים בתחומים בהם היא עוסקת, ועל מנת להבין טוב יותר את הצרכים של הצרכנים שלה, החברה עורכת מספר רב של מחקרי שוק פרטניים בארצות בהן היא פעילה. החברה גם משכילה לנצל מגמות קמעונאיות שהיא מזהה. כך, למשל, כתר זיהתה את הצורך הקיים בשווקים בהם נפוץ השימוש בקודי QR - שהם ברקודים דו ממדיים המאפשרים סריקה באמצעות סמארטפונים - והוסיפה על מוצריה קודים מן הסוג הזה. כך, מתאפשר כיום לצרכנים באותם שווקים לסרוק את קודי ה-QR שעל מוצרי כתר באמצעות מצלמת הטלפון הסלולרי שלהם ולקבל עליהם מידע נוסף. אחד ממנועי הצמיחה של החברה בשנים האחרונות הוא פיתוח רהיטי גינה 'קלועים' מפלסטיק בסגנון רהיטי הראטן. מדובר בסדרה של כסאות, כורסאות, ספות ושולחנות מפלסטיק, הנראים כאילו הם קלועים מקש, אך הם מיוצרים בטכנולוגיית הזרקת פלסטיק, מה שהופך



**2011**  
המשך הטמעת האסטרטגיה השיווקית החדשה.

**2008**  
כתר מגבשת זהות תאגידית אחידה.

**2004**  
כתר הופכת לחברה גלובלית בעקבות רכישת החברות האירופאיות Curver-I Allibert.

**1985**  
כתר מתחילה לייצר ריהוט בן.

**1980**  
כתר פורצת לחו"ל ומתחילה לייצא לאנגליה.

**1948**  
יוסף סגול נכנס כשותף בבית מלאכה לייצור בובות וצעצועים ביפו.