



כבר יותר מ-100 שנים, ש-Rolex שומר על מעמדו בשוק שעוני היד היוקרתיים בזכות שמירה על ערכיו, והקפדה על אסטרטגיה שיווקית גלובלית. השנה השיק המותג בוטיק יוקרתי נוסף בירושלים

ההיסטוריה של שעוני Rolex מתחילה ב-1908 כאשר הנס וילסדורף, בווארי צעיר בן 24, השיק לראשונה שעון יד בשם Rolex במטרה ליצור את שעון היד האמין הראשון. שם המותג נבחר בשל היותו קל להגייה בכל שפה אירופאית, ומשום שהיה קצר דיו על מנת להופיע בצורה ברורה על חוגת השעון. במהלך השנים, המותג היה אחראי על מספר רב של חדשנויות:

בשנת 1926 Rolex השיקה את טכנולוגיית ה-Oyster שהפכה את השעון לראשון בעולם המוגן בכפי מים ואבק. בשנת 1931, Rolex פיתחה את מנגנון "המנוע הנצחי" - מערכת אוטומטית למתיחת שעונים באמצעות תנועת היד. בשנת 1945, Rolex השיקה את ה-Date Just - שעון היד הראשון בעל ציון תאריך בחלונת על החוגה. בשנות ה-70 Rolex השיקה את ה-Sea Dweller - שעון צלילה, העמיד בעומק של 1,200 מטר, והשתתפה בפיתוח מנגנון הקווארץ השוויצרי.

פעילות המותג בישראל

מאז שנת 1975, Rolex פועלת בישראל תחת הזיכיון שקיבלה חברת ארו-אסיה, הנמצאת בבעלות משפחת פייזר.

תחילת היבוא של שעוני Rolex לארץ נעשתה במיתון של אמצע שנות ה-70. באותן שנים, נתנה ארו-אסיה בעיקר שירות לבעלי שעוני Rolex, אולם עם השנים, התפתח השוק בישראל, והחברה החלה לייבא ולשווק בישראל את מגוון דגמי המותג באמצעות סניפי רשת הבוטיקים שלה - Rolex Show - הממוקמים בתל אביב, באילת ובירושלים, ובהפצה סלקטיבית בחנויות שעונים יוקרתיות ברחבי הארץ.

שנת 2012 הייתה שנה חגיגית במיוחד עבור המותג בישראל, בעיקר בשל העובדה כי באותה שנה חגגה משפחת פייזר 65 שנה מאז שאבי המשפחה, הורסט פייזר, נכנס לתחום השעונים בארץ הולדתו, בוליביה, ו-40 שנה מאז שחברת ארו-אסיה החלה את פעילותה בישראל.

בקיץ 2012 השיק המותג את בוטיק הדגל שלו בישראל (בתל אביב), בהשקעה של כחמישה מיליון ש"ח. על תכנון הבוטיק הופקד האדריכל הראשי של Rolex העולמית, היושב במטה החברה בז'נבה. לאחר סיום התכנון, חולקה עבודת הביצוע בין הצוות הישראלי, שבנה את הרצפה ואת תקרת הבוטיק, כאשר על מלאכת הקמת חלל התצוגה והעיצוב הופקד צוות של ארבעה אנשי





www.euro-asia.co.il www.Rolex.com www.Tudorwatch.com



דברים שלא ידעת על Rolex

- המותג מייצר מיליון שעונים מדי שנה ועדיין, הביקוש עולה על ההיצע.
- שעוני Rolex נעבדו באירועים היסטוריים כגון כיבוש האוורסט ושבירת מחסום הקול.
- חברת Rolex היא עיזבון של משפחת וילסדורף, ש-70% מרווחיה מושקעים בפיתוח ו-30% מופנים לטובת הקהילה, האנושות, החיי והסביבה.
- מחקר שנערך לאחרונה מצא כי נתח השוק של Rolex בקטגוריית שעוני היוקרה בארה"ב עומד על 25%.
- TUDOR (חברת הבת של Rolex) נוסדה על ידי הנס ווילסדורף בשנת 1946.
- בששת מפעלי Rolex ברחבי שווייץ מייצרים את כל רכיבי השעון והחומרים (זהב, פלדת אל חלד L904), וכמובן את המנגנונים.

שביל הזהב' השיווקי, המשלב בין מאפיינים טכנולוגיים שהמציא כדוגמת מנגנון הליפוף העצמי, ביחד עם עיצוב המשלב קווים נקיים ומזוהים, שבונים את מיצובו כקלאסי. המותג Rolex מצליח להתגבר על 'פרדוקס שיווקי' נוסף. כמותג אקסקלוסיבי, הנמכר במחיר גבוה לצרכני פרימיום, ניתן היה לצפות לייצור מוגבל של יחידות מדי שנה. אולם בניגוד לאמונה הרווחת, Rolex מייצרת ומוכרת מדי שנה בעולם כמיליון שעונים חדשים.

המיצוב הגבוה נשמר משום שלמטה העולמי של המותג בשווייץ יש שליטה מלאה על ייצור הכמויות והדגמים, ועל כמות והרכב הדגמים הנמכרים בכל מדינה ודרך כל זכיון. השליטה בהיצע מאפשרת ל-Rolex להילחם בשיווק מקביל, הפוגע בזכיון הרשמי בכל מדינה, וכאשר החברה מאתרת שמקור השעונים של יבואן מקביל הוא אחד מזכייניה הרשמיים, היא מפסיקה לספק לו שעונים וכך 'מייבשת' את היבוא המקביל.

בכל שנות קיומה, Rolex העולמית אינה מציבה יעדי מכירות לזכיינים שלה, כחלק מאסטרטגיה שבמרכזה מלחמה לשמור על מחיר המוצר, כדי לא ליצור לחץ על הזכיינים 'למכור בכל מחיר'. במהלך המיתון העולמי של שנת 2009, כשב-Rolex העולמית זיהו כי חלק מהחנויות בעולם מתקשות למכור את הכמויות שהוזמנו - החברה אף סגרה נקודות מכירה וקנתה בחזרה מלאים על מנת שלא ייווצרו עודפי היצע בשווקים.

לאורך השנים, Rolex משקיעה משאבים רבים בפרסום ובמיתוג כשהשעונים שלה עומדים במרכז הקמפיין הפרסומי, וספורטאים מובילים כגון שחקן הגולף טייגר וודס והטניסאי רוג'ר פדרר משמשים כשגרירי המותג. בנוסף, המותג נותן חסות לאירועים כדוגמת מירוץ המכוניות פורמולה 1, משטי יאכטות, ותחרויות גולף וטניס. מכיוון ש-70% מהלקוחות של שעוני יוקרה הם גברים, מאמצי הפרסום והשיווק מופנים בעיקר אליהם, והם מתמקדים במסרים העיקריים של המותג - הפשטות שבתחכום, האלגנטיות, והיוקרה מעבר לזמן.

בשנים האחרונות חידשה ורעננה Rolex את TUDOR, חברת הבת שלה, שממוצבת כצעירה יותר ונגישה יותר מבחינת המחיר. השעונים (הנקראים על שמה של שושלת TUDOR האנגלית, שהצעידה את אנגליה מתקופת ימי הביניים לתקופת הרנסנס) מיוצרים על ידי Rolex מאז שנת 1946.

מקצוע משוויץ (שסיימו את מלאכתם בתוך כשלושה שבועות). העיצוב היוקרתי מאפיין את כל בוטיקי רולקס בעולם, המתוכננים על פי הקונספט האסתטי, שנקבע כאמנת העיצוב של החברה, אשר הוכנה על ידי מחלקת העיצוב במטה החברה בז'נבה ומיושמת ברחבי העולם. בבוטיק, הממוקם במגדל גינדי על רחוב אבן גבירול בתל אביב, ניתן למצוא ליד שעוני Rolex ומותג הבת שלו, TUDOR, גם את מותג התכשיטים החדש והיוקרתי Redlion, המשווק בלעדית בישראל בסניפי Rolex Show בתל אביב, באילת ובירושלים.

את הכניסה לבוטיק, שבו יכולים המבקרים לזכות בהצצה ראשונית בדגמים החדשים של המותגים, מעטר הכתר המזוהב והמזוהה של Rolex, וצבעי זהב משולבים גם באלמנטים שונים בתוך הבוטיק. עיצוב חלל הבוטיק משלב בין יוקרה, פשטות ותחכום, שהם ערכי המותג של Rolex. הקומה שמעל הבוטיק משמשת כמרכז ההנהלה והשירות של חברת ארו-אסיה.

אירוע הפתיחה של הבוטיק נערך בהשתתפות דיפלומטים, לצד בכירי המשק הישראלי וידוענים מתחומים שונים. את האירוע כיבד בנוכחותו קרלו רוזטי, מנהל המכירות העולמי של Rolex, שרואה בתל אביב שוק חשוב ומרכזי למותג. כמו כן, נכחו באירוע מנהלים בכירים מטעמים של המותגים הנוספים המיוצגים בישראל על ידי ארו-אסיה: Redlion, Bering, Michel Herbelin, Balmain, Certina.

האסטרטגיה השיווקית של המותג

בבסיס הצלחתו של כל מותג חייבת לשכון אמת מוצרית ו-Rolex מקיים את ההבטחה הזו כבר יותר ממאה שנים. למיצוב תרמה לאורך השנים העובדה, כי טייסים, ספורטאי על, מגלי ארצות, נהגי מירוצים ושחקני קולנוע עבדו אותו על פרק ידם, מה שהפך את השעון לסמל סטטוס, שרכישתו אינה מושפעת מאופנות ומטרנדים חולפים. הצלחתו של Rolex כמותג נובעת בין השאר גם מאסטרטגיה, שנראית במבט ראשון ככנויה על ערכים מנוגדים. מצד אחד, מדובר במותג, שהיה אחראי לכמה מן החדשנויות המרכזיות ששינו את פני שוק השעונים. ומצד שני, מדובר במותג שמבסס במידה רבה את הצלחתו על שמרנות ועל מסורת. Rolex מוכרת גם היום דגמים בני 50 שנה ויותר, ולא משיקה דגמים חדשים לעתים קרובות. המותג מצא את

1908	1926	1931	1975	2008	2011	2012	2013
המצאת שעון היד הראשון.	המצאת השעון הראשון בעולם העמיד למים ולאבק.	המצאת מנגנון התנועה האוטומטית.	שעוני Rolex מיוצאים לישראל בלעדית על ידי חברת ארו-אסיה.	השקת ה-Deep Sea Dweller, שעון הצלילה המיוחד של Rolex.	השקת Tudor - חברת הבת של Rolex בישראל.	השקת בוטיק הקונספט Show Rolex בתל אביב.	השקת Rolex Show בקניון ממילא בירושלים והשקת דגם Black Shield של Tudor.