

Jubilerzy na czele APART

Po raz pierwszy trzy najmocniejsze marki wśród pozostałych produktów niespożywczych to sprzedawcy biżuterii.

Na czele po raz kolejny uplasował się Apart

Nie jest to zaskoczenie, ponieważ w mijającym roku sprzedawcy biżuterii nie żalowali pieniędzy ani na reklamę, ani na udział w różnego typu programach telewizyjnych, filmach czy serialach. Dlatego cała pierwsza trójka naszego zestawienia w porównaniu z ubiegłym rokiem zanotowała wzrost mocy swoich marek. Co warto podkreślić, wszystkie te firmy mają swoje centrale w Poznaniu i zdominowały jubilerski rynek w naszym kraju.

Pozycję lidera zajmuje już po raz kolejny Apart. Moc jego wzrosła przez rok o 3 pkt, do 560 pkt. W.Kruk poprawił swoje notowania o 5 pkt (do 513 pkt). Największy wzrost, o 19 pkt, do 467 pkt zanotował trzeci na liście Yes, który w ubiegłym roku zajął dziewiąte miejsce.

W przypadku Apartu moc marki wzmacniała współpraca ze znaną na całym świecie (i popularną w naszej kolorowej prasie) polską modelką Anją Rubik. Pierwszym efektem była kampania skierowana raczej do młodszego odbiorcy, jednak wrześnie odsona nowej kampanii biżuterii z brylantami skierowana jest już do znacznie bardziej dojrzałego oraz oczywiście mającego klienta. Zdjęcia oraz film reklamowy kręcono w Paryżu. Start kampanii połączony był z polską premierą ekskluzywnej marki Harry Winston (zegarki), którą Apart wprowadził do swych wybranych firmowych salonów. Prestiż marki sieci Apart wzmocniło też wprowadzenie biżuterii znanej francuskiej marki Guy Laroche oraz włoskiej Fope Gioielli.

Dodatkowo Apart podaje, że Anja Rubik, jeżdżąc po świecie, nosi zawsze biżuterię z jego salonów, która wzięła udział m.in. w sesji dla magazynu „Vogue”. Była również prezentowana podczas pokazu kolekcji domu mody Teresa Rosati w Cannes i w Nowym Jorku. Podobnie jak w latach wcześniejszych Apart jest także partnerem i sponsorem takich wydarzeń, jak Róża Gali, Kobieta Glamour, i współpracuje z uznanymi polskimi projektantami mody, jak Maciej Zieliński, Pańkiewicz & Brzozowski czy Tomek

Ossoliński. Ważny jest też sponsoring popularnych programów i show telewizyjnych, jak „X-Factor”, „Top Model”, „Mam Talent”, „Taniec z Gwiazdami”, użyczenie biżuterii i zegarków na potrzeby realizacji seriali, takich jak „Prosto w serce”, „Przepis na życie”, czy „Usta usta”, oraz filmów, jak np. „Och Karol” czy obecne teraz na ekranach „Listy do M.”

Wszystkie te wydarzenia odbywały się sporym echem także w polskiej prasie, co przełożyło się na znajo-

mość i wizerunek marki. Pomagała jej także rozbudowa sieci salonów Apart, których jest już 80. Część jest przebudowywana i rusza pod nowym szyldem Apart Exclusive.

– Będąc liderem, cały czas sami podnosimy sobie poprzeczkę. By utrzymać pozycję najlepszej na rynku firmy – musimy chcieć więcej i lepiej, nie możemy tylko cieszyć się sukcesem i osiąść na laurach. – mówi Piotr Rączyński, prezes Apart.

Firma spodziewa się, że mimo spodziewanego spowolnienia w całej branży handlowej ten rok zakończy z lepszymi wynikami niż w 2010 r. Kolejny także powinien być udany. Apart jako jedyna firma z branży ma licencję na produkcję limitowanej kolekcji na Euro 2012 r. Trafi do sprzedaży już na początku roku.

Inne firmy z czołówki także były mocno widoczne. Trzech jubilerów znalazło się w gronie 21 marek promowanych przez Poznań. Dodatkowo w okresie świątecznym widać tradycyjną kumulację aktywności marketingowych. W końcu to dla tej branży najważniejszy okres w roku.

Dodatkowo W.Kruk szeroko promuje zarówno biżuterię, jak i zegarki, choćby Rolex. Firma ma już sieć ponad 70 salonów i wciąż otwiera kolejne. Wprowadza także szczególnie kojarzone właśnie z tą firmą autorskie kolekcje biżuterii, jak ostatnie Witraże. Firma regularnie przeprowadza też akcje reklamowo-promocyjne w sklepach oraz konkursy dla klientów, także za pośrednictwem serwisu Facebook.

Z kolei Yes zaatakował wyjątkowo mocno i aktywność firmy była znacznie wyższa niż w latach wcześniejszych, co przełożyło się na wyjątkowo mocny wzrost mocy tej marki, istniejącej na rynku od niemal 30 lat. Jej salony podobnie jak dwóch poznańskich rywali także można znaleźć w centrach handlowych w całym kraju.

Jeśli chodzi o firmy spoza branży jubilerskiej, to zastanawia spadek mocy marki Zelmer (aż o 27 pkt), mimo że firma także nie oszczędza na aktywności marketingowej i przeprowadza regularnie duże kampanie, wciąż wprowadzając też nowe produkty. Bardzo wyraźny spadek, bo aż o 61 pkt, zanotował również prawdziwy rynekowy weteran, czyli marka E. Najwidoczniej sentyment do znanych jeszcze z PRL marek słabnie w zestawieniu z bardzo silną międzynarodową konkurencją. Spadły bowiem także wskaźniki dla takich marek jak Ludwik, Canpol, Mastercook czy Amica. Mimo że jeśli chodzi o sprzedaż, wciąż radzą sobie bardzo dobrze.

Piotr Mazurkiewicz

POZOSTAŁE PRODUKTY NIESPOŻYWCZE

Lp	Nazwa marki	Moc marki 2011	Moc marki 2010	Sila marki (0-100)	Postawiana wartość (0-100)	Prestiż (0-100)	Postawiana jakość (0-100)	Świadomość marki (0-100)
1	Apart	560	557	72	51	92	89	57
2	W. Kruk	513	508	65	49	91	88	43
3	Yes	467	448	58	52	79	80	21
4	Zelmer	453	490	66	60	83	83	69
5	Amica	433	465	63	61	75	77	75
6	Mastercook	419	451	60	57	79	80	63
7	Orlen	408	475	65	51	85	83	93
8	E	397	458	48	61	63	63	55
9	Centra	388	379	55	59	82	80	40
10	Ludwik	386	406	66	66	79	80	73
11	Canpol babies	382	472	48	71	75	80	24
12	Atlas	325	324	62	67	85	86	66
13	Bryza	323	328	54	59	69	69	60
14	Lotos	322	367	50	42	76	74	75
15	Dębica	298	308	63	59	83	82	74
16	Cersanit	296	289	56	64	83	85	46
17	Dekorol	294	376	66	59	88	88	77
18	Opczyno	293	296	55	61	84	84	54
19	Gerda	292	318	55	54	90	90	39
20	Bliska	287	316	44	45	66	70	53
21	Kolo	286	280	54	60	83	84	40
22	Gaspol	270	-	41	55	74	71	9
23	REX	269	291	44	52	60	59	46
24	Barlinek	267	284	50	61	83	82	16
25	Gipsar	263	273	49	66	77	79	20
26	Śnieżka	261	330	58	66	74	77	78
27	Armatura Kraków	249	260	46	54	79	79	10
28	Black Red White	248	315	65	57	83	80	68
29	Tubądzin	248	274	46	50	82	78	10
30	Paradyż	244	269	45	53	74	75	16
31	Nowa Gala	238	220	44	50	74	71	3
32	Komandor	224	285	58	50	87	87	43
33	NordGlass	224	-	41	49	69	67	12
34	Kler	223	300	58	51	89	89	25
35	Bodzio	204	267	52	56	68	69	51
36	Mebelplast	201	232	51	46	72	72	9
37	Forte	196	276	50	50	76	75	25
38	Wójcik meble	195	-	50	52	75	74	9
39	Kromopol	189	247	48	58	80	81	12
40	Porta Drzwi	188	253	48	51	82	83	24
41	Fakro	181	230	46	54	76	77	12
42	Indeco	170	229	42	47	73	73	13