



EasyPRO nopib punkte kõrgliigas

2015. aastal lansseeritud PENOSIL EasyPRO tootesari jätkab uute turgude vallutamist ja kasutajamugavusest lähtuvat tootearendust. Tööriistadega varustatud renoveerimiskomplekti kõrval on peagi kauplustesse jõudmas pehmes tuubis silikoonid.

PENOSIL EasyPRO sari sündis arusaamisest, et kodukasutajale ja väikeehitajale on vaja poolele teele vastu tulla, sest nad vajavad lihtsalt käsitsetavaid tooteid ja töövahendeid, mis tagavad hea tulemuse ning säästavad nii aega kui ka raha.

Krimelte LT tegevjuht Dovydas Auštras oli üks uue kontseptsiooni elukutsujaid ja visionääre. EasyPRO eestkõnelejana ütleb ta, et kontseptsiooni loomise ja arendamise eel oli vaja globaalselt uurida kasutajate käitumismustreid. “Mõõdikuid oli kaks. Esiteks FMCG sektori trendide kohta tehtud uurimused, mis prognoosisid kliendiharjumuste muutumist lähitulevikus. Teiseks turumuutused USA DIY ehk *do it yourself* sektoris.”

PENOSIL EasyPRO lansseeriti 2015. aasta oktoobris Leedus ja Portugalis ning sealt edasi on see kanda kinnitanud kõigis Balti riikides, Hispaanias ja Soomes. 2017. aastast on EasyPRO sarja koduks ka Rumeenia ja Austraalia ning järgmiste turgudena on sihikul Prantsusmaa, Suurbritannia, Venemaa, Poola, Uruguay ja Mehhiko.

EasyPRO teeb ilma *online*-turul

Dovydas Auštras, kes on olnud hõivatud tootesarja lansseerimisega eri riikides, ütleb, et kõige keerulisem on siseneda turule, kus sinu tootebränd on täiesti uus. Rumeenia turujuht Sebastian Carstoiu kinnitab tema arvamust ja kirjeldab seda koduturu näitel. “PENOSIL on Rumeenias olnud kümme aastat, meie konkurendid aga 18–25 aastat. See tähendab, et võimeklientide juures olid esiread hõivatud ammu enne seda, kui meie bränd Rumeeniasse jõudis. Kas peaksime taga reas ootama, kuni vanad mängijad pensionile jäävad?” küsib Sebastian retooriliselt.

EasyPRO sarja abil loodab Carstoiu lahti lüüa uued ukSED. “Tänapäeval on inimesed *online*-turul ja sotsiaalmeedias. Seal on võimalik neid veenda, et just meie oleme liidrid ja turu-uendajad, kelle moodsates toodetes on ühendatud professionaalsus ja mängulust.” Lisaks silmapaistvatele poeväljapanekutele on Rumeenia Penosili tiim avaldanud sisuturundusartikleid *online*-ajakirjades ja valdkonna veebilehtedel ning jaganud ja võimendanud neid

Facebookis, Instagramis ja hobiahitajate internetigruppides. Sebastiani hinnangul tehakse ostuotsus tihti ära netis ja kui klient läheb reaalsesse poodi, on väga tõenäoline, et ta ostab varem veebis muljet avaldanud toote.

Suund mugavustoodetele

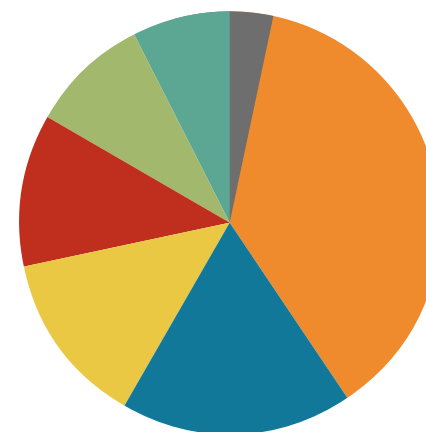
Seda, et EasyPRO kontseptsioon on pidevas arengus, kinnitavad uudised, millega tänavu tarbijaid üllatatakse. Aasta alguses esitleti renoveerimiskomplekti, kus Stop Fungi / No Mouldi ja Kitchen & Bathi silikooniga on kaasas ka tööks vajalikud tarvikud. Penosili brändijuht Siret Koppu selgitab, et Leedu ja Portugali edasimüüjatelt tuli algatus lisada spaatliga varustatud silikooni juurde teinegi tööriist. “Selleks, et anda inimestele tuge võtta vannitoas või köögis ette silikooni uuendamine, panime kokku mugava komplekti, mis sisaldab lisaks silikoonile ja spaatlile kraabitsat vana silikooni eemaldamiseks.” Ehituspoes sammammuliste fotodega varustatud pakendit nähes tabab ehk nii mõndagi inspiratsioon

see töö nüüd ise kodus ära teha.

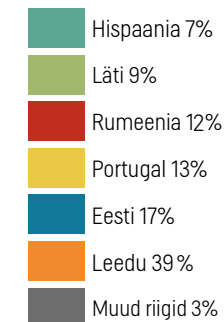
Teise uudisena hakkab PENOSIL EasyPRO pakkuma kodukasutajale eriti mugavaid väikepakendeid – 100 ml pehmeid plastiktube, mida saab kasutada silikoonipüstolit omamata. Esialgu on väikepakendis kaks toodet: PENOSIL Kitchen & Bath ja PENOSIL Stop Fungi / No Mould.

Wolf Groupi brändijuht Anneli Kulver usub tootearenduse edusse. “Aeg-ajalt on kõigil vaja teha köögis või vannitoas mõni lihtne ja minimaalse materjalikuluga parandustöö. Seetõttu pidasime vajalikuks pakuda neisse ruumidesse soovitatud tooteid ka väikestes tuubides.” Väikepakendis tooted jõuavad müügile 2017. aasta viimases kvartalis ning esimeste turgude seas on Hispaania, Portugal, Rumeenia ja Balti riigid.

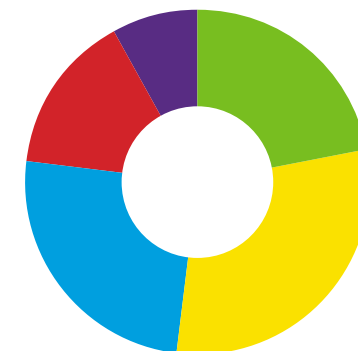
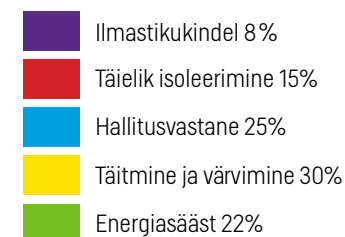
Dovydas Auštrase sõnul on PENOSIL EasyPRO vaatamata suurele tööle ja edule ikkagi veel väike laps, kelle eest tuleb iga päev hoolitseda, et ta kasvaks suureks ja tugevaks. Auštras on kindel, et see õnnestub, sest selle taga on võrratu meeskond, mis töötab ühes taktis.



PENOSIL EasyPRO müügid turgudel (viimased 12 kuud)



PENOSIL EasyPRO müügid kategooriate lõikes (viimased 12 kuud)



Olivé Ehitame roheliselt!

Olivé on bränd, mis vastab oma spetsiaalselt energia säästmiseks väljatöötatud tootevaliku ja -süsteemidega moodsa arhitektuuri keerukatele vajadustele. Olivé uut logo ja Olivé Green Buildingu pakendeid esitlesime 2016. aastal rahvusvahelisel akende ja klaasfassaadide tootjate messil Veteco.

María Lopez ja Miquel Sanfeliu Olivé turundusosakonnast on tublisti pingutanud, et iga turg saaks uue kontseptsiooniga pakendid. Hispaania- ja portugali keelsed etiketid on valmis ning sihtturul juba jaanuarist saadik, prantsuse-hollandi- ning inglise-saksakeelsed peaksid aga valmima aasta lõpuks. Uue ilme on saanud ka paljud turundusmaterjalid: tehnilised dokumendid, tootealused ja -kataloogid, voldikud, sise- ja välibännerid ning kliendikingitud.

Veebilehe www.olive-systems.com edasiarenduse viib lõpule Barcelona veebiagentuur Quality Studio. Seda projekti koordineerivad Anneli Kulver ja Reelika Nork Krimelte turundusosakonnast ning siht on käivitada veebileht sügishooajal.