



EasyPRO набирает очки в высшей лиге

Запущенная в 2015 году серия продукции PENOSIL EasyPRO продолжает завоевывать новые рынки и развивать продукт исходя из опыта пользователя. Наряду с оснащенным инструментами набором для реновации в магазинах скоро появится силиконовый герметик в мягком тюбике.

СЕРИЯ PENOSIL EasyPRO родилась из понимания того, что настало время пойти на встречу домашним пользователям и малым строительным компаниям, которым необходимы легкие в обращении продукты и инструменты, гарантирующие хороший результат, а также экономящие как время, так и деньги.

Генеральный директор Krimelte в Литве Довидас Ауштрас был одним из создателей и визионеров новой концепции. По его словам, созданию и развитию концепции предшествовало глобальное изучение поведения пользователей. Изучали в двух направлениях. Во-первых, исследовали тенденции в секторе FMCG (товары повседневного спроса), в котором предсказали изменение потребительских привычек в ближайшем будущем. Во-вторых, изменения на рынке США в секторе DIY («Сделай это сам»).

Серия PENOSIL EasyPRO была запущена в октябре 2015 года в Литве и Португалии, после чего закрепилась во всех Балтийских странах, Испании и Финляндии. С 2017 года серия EasyPRO также представлена в Румынии и Австралии, на очереди – рынки Франции, Великобритании, России, Польши, Уругвая и Мексики.

EasyPRO делает погоду на онлайн-рынке

Довидас Ауштрас, ответственный за запуск серии продукции в разных странах, рассказывает, что самое сложное – выйти на рынок с совершенно новым брендом. Его слова подтверждает и директор по рынку Румынии Себастиан Карстойю, описывая процесс на примере своей страны. «В Румынии продукция PENOSIL продается в течение десяти лет, а продукция конкурентов – 18-25 лет. Это значит, что основные ключевые клиенты были заняты задолго до того, как наш бренд появился в Румынии. Должны ли мы пребывать в задних рядах в ожидании, когда старые игроки уйдут на пенсию?», – задается риторическим вопросом Себастиан.

При помощи новой серии EasyPRO он надеется открыть новые двери. «Современные люди активно пользуются онлайн-рынками и социальными медиа. Там у нас есть возможность убедить их, что именно мы являемся лидерами и революционерами рынка, чья современная продукция объединяет профессионализм и проворство. Помимо заметно выставленной в магазине продукции, румынская команда PENOSIL опубликовала контент-маркетинговые статьи в веб-журналах и на тематических интернет-страничках, а также распространила и повысила их просматриваемость в «Фейсбуке», «Инстаграме»

и интернет-сообществах строителей-любителей. По оценке Себастиана, решение о покупке человек часто принимает в интернете, и весьма вероятно, что когда он отправится в магазин, то купит именно тот продукт, который до этого впечатлил его в Сети.

Курс на удобную в использовании продукцию

Тот факт, что концепция EasyPRO постоянно развивается, подтверждают и новости, которыми в этом году удивляют потребителей. В начале года был представлен набор для реновации, в котором к силиконовым герметикам Stop Fungi / No Mould и Kitchen & Bath прилагаются необходимые аксессуары. Бренд-менеджер PENOSIL Сирет Коопу объясняет, что инициатива добавить к шпателю еще один инструмент поступила от продавцов продукта в Литве и Португалии. «Чтобы мотивировать людей обновить герметик на кухне или в ванной комнате, мы создали удобный комплект, в который помимо герметика и шпателя входит скребок, необходимый для удаления старого слоя». Видя в строительном магазине упаковку с детальными фотографиями, человек может вдохновиться проделать такую работу дома сам.

В качестве второй новинки PENOSIL EasyPRO начнет предлагать домашним пользователям особенно удобную небольшую упаковку – мягкие пластиковые тюбики емкостью 100 мл, которые можно использовать без пистолета для герметика. Пока что в маленькой упаковке будут выпускаться два продукта: PENOSIL Kitchen & Bath и PENOSIL Stop Fungi / No Mould.

Бренд-менеджер Wolf Group Аннели Кульвер верит в успех развития продукции. «Время от времени всем нужно провести на кухне или в ванной комнате простые и не требующие особых материальных затрат ремонтные работы. Поэтому мы посчитали необходимым предложить предназначенные для этих помещений товары и в небольших упаковках». Продукция в мягких тюбиках поступит в продажу в последний квартал 2017 года, в числе первых рынков будут Испания, Португалия, Румыния и Балтийские страны.

По словам Довидаса Ауштраса, несмотря на успех и объем проделанной работы, PENOSIL EasyPRO все еще «ребенок», о котором нужно заботиться каждый день, чтобы он вырос большим и сильным. Ауштрас уверен, что все получится, ведь за ним стоит великолепная команда, работающая на одной волне.



Olivé

Строим экологически!

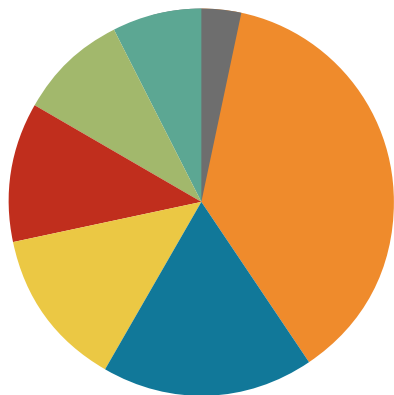
Olivé – бренд, который благодаря разработанному специально для энергосбережения ассортименту продукции и системам отвечает непростым потребностям современной архитектуры. Новый логотип Olivé и упаковку Olivé Green Building мы впервые представили в 2016 году, на международной выставке производителей окон и стеклянных фасадов Veteco.

Мария Лопес и Мигель Санфелиу из маркетингового отдела Olivé здорово постарались во имя того, чтобы каждый рынок получил упаковку с новой концепцией. Этикетки на испанском и португальском языке уже готовы и доступны на целевом рынке с января. Этикетки на французском, голландском, английском и немецком языках должны быть готовы к концу года. Новый облик приобрели и многие маркетинговые материалы: технические документы, подставки для продукции и каталоги, брошюры, внутренние и внешние баннеры и подарки для клиентов.

Разработку веб-сайта www.olive-systems.com продолжит веб-агентство Quality Studio из Барселоны. Проект координируют Аннели Кульвер и Реэлика Норк из маркетингового отдела Krimelte. Цель – запустить веб-страницу осенью.

Продажи PENOSIL EasyPRO в разных странах

(последние 12 месяцев)



Продажи PENOSIL EasyPRO по категориям

