



ŠPERKY NEJSOU HŘÍCH



HISTORIE

Legenda značky Klenoty Aurum se zrodila v roce 1956 jako státní podnik a po transformaci v devadesátých letech se proměnila v akciovou společnost. Když v roce 1997 získali značku soukromí investoři, revitalizovali ji, kompletně zrekonstruovali a postarali se o její zcela novou moderní imago. Tehdy se začala psát úspěšná historie, která dnes představuje největší síť

značkových obchodů se šperky a hodinkami v České republice. Její sortiment nabízí ucelenou nabídku zlatých, stříbrných a brilantových šperků a exkluzivních značkových hodinek.

Portfolio značky Klenoty Aurum se počalo formovat už v roce 1998, kdy společnost získala licenci na distribuci významných švýcarských hodinářských značek jako Movado, Concord, Sector a Corum.

Když v roce 1999 otevřela firma svůj první prodejnu v obchodním centru, nikdo nevěřil, že by o rok později mohla rozšířit svoji síť obchodů na třicet po celé České republice. Prestiž obchodů zvyšovaly exkluzivní značky, ale hlavně nejkvalitnější služby v oblasti servisu a individuální přístup k zákazníkům.

Módní nadšence a milovníky světové módy firma oslovila v roce 2001, když na český trh přivedla světoznámou hodinářskou firmu Ebel a trendové kousky od značek Emporio Armani, DKNY a Charriol. K padesátému výročí firmy Klenoty Aurum vytvořilo vedení firmy unikátní věrnostní program Zlatý klub. Ten každému zákazníkovi zajišťuje spoustu jedinečných výhod nejen v síti společnosti Klenoty Aurum, ale i v prodejnách jejich partnerů. V současné době jsou Klenoty Aurum stabilní společností se zázemím 45 kamenných prodejen v České republice a 20 na Slovensku. Oblíbená renomovaná síť prodejen s luxusními trendy, šperky a hodinkami má také internetový obchod na stránkách www.klenotyaurum.cz.

INOVACE

Klenoty Aurum jsou tradiční firmou z pohledu historické působnosti na trhu. To se odráží v tom, že zákazník má ke značce důvěru. Ví, že si zakoupí kvalitní zboží za rozumnou cenu, značka Klenoty Aurum mu zkrátka dává záruku kvality. Na druhou stranu je značka také moderní firmou díky distribuci

těch nejmodernějších šperkařských a hodinářských značek střední třídy. Značky, které Klenoty Aurum nabízejí a distribuují, mají minimálně 2x ročně nové kolekce podle posledních trendů (jaro, léto a podzim, zima) a mezi nimi neustále i další limitované a jiné edice.

HODNOTA ZNAČKY

Z hlediska hodnot kladou Klenoty Aurum vždy velký důraz na spokojenost zákazníka, skladovou dostupnost produktů, servis a širokou nabídku pro každého. Zákazníci se mohou spolehnout, že Klenoty Aurum jsou výhradním distributorem značek, které prodávají (Fossil, Michael Kors, Marc Jacobs, Emporio Armani, Tommy Hilfiger, Hugo Boss, Scuderia Ferrari aj.). To kupci také dává jistotu, že produkty, které si u značky zakoupí, jsou originál. Veškeré stříbrné a zlaté šperky prodávané touto společností nesou patřičné puncovní označení. Ke šperkům s brilianty hmotnosti 0,50ct a výše získá zákazník také mezinárodně uznávaný certifikát E.G.L. Klenoty Aurum se také mohou pochlubit vlastní značkou hodinek Berucci. Nabídka produktů společnosti Klenoty Aurum je velice široká, to své si zde najde téměř každý. Společnost proto cílí především na lidi se středním příjmem, muže i ženy napříč všemi věkovými kategoriemi.

KOMUNIKACE A ÚSPĚCHY

Komunikace značky je spojena s řadou úspěšných českých osobností. Klenoty Aurum většinou spolupracují s tvářemi v rámci dvouletých kontraktů. V minulosti byly tváří například modelky Taťána Kuchařová (Miss World 2006) nebo Simona Krainová. Po nahé kampani s pěti modelkami se stal

tváří značky za velké mediální podpory a ohlasu Jaromír Jágr, a to pro rok 2016 a 2017. Značka Klenoty Aurum chtěla po mnoha letech spolupráce s modelkami změnu a uvažovala o muži. Jágr se jevil tím ideálním klenotem, nejlepší volbou z mužských osobností. A to se také s uvedením kampaně potvrdilo. Kampaně se stala

jedinečnou jak pro Klenoty Aurum (výběrem osobností), tak pro veřejnost netradičním spojením Jaromíra Jágra s módní firmou a jeho ztvárněním jakožto sexsymbolu a ne „pouze“ jako sportovní ikony. V souvislosti s kampaní s Jaromírem Jágrm začaly Klenoty Aurum používat vedle sloganu „Šperky nejsou hřích“, který značka užívá již deset let, také motto a hashtag „Náš klenot“. Silná marketingová kampaně byla doplněna intenzivní PR podporou založenou na maximálním využití Jaromíra Jágra (rozhovory, představení kampaně, PR event, medializace focení na Miami Jágrova vůbec prvního kalendáře, autogramiáda).

Z hlediska sociálních sítí svou velkou roli sehrál Facebook a Instagram. Zde například získala velký ohlas soutěž o setkání se s Jágrm. Celá kampaně se setkala s velkým množstvím pozitivních reakcí jak od široké veřejnosti, tak ze strany reklamních profesionálů. Dle zástupců Klenoty Aurum takový ohlas neměl v historii značky období a snad ani v historii jiných módních značek. Za jejím úspěchem stál tým profesionálů v čele s fotografem Braňo Šimončíkem. „Všichni jsme byli překvapení, jak byl Jaromír Jágr v roli modela naprosto přirozený, jako kdyby se tím živil a vše dal na první dobrou. Focení bylo rychlejší než s modelkami, všechny fotografie vznikly během jednoho dne,“ říká Tereza Kupcová, marketingová ředitelka společnosti Klenoty



Aurum. A proč se rozhodla společnost Klenoty Aurum právě pro Jágra? „Chtěli jsme změnu. Po spolupráci s našimi topmodelkami v minulých kampaních jsme uvažovali o muži. Mířili jsme nejvýš, chtěli jsme to nejlepší. A ani jsme nedoufali, že se nám nakonec tato spolupráce podaří,“ spokojeně dodává Rony Lori, majitel společnosti Klenoty Aurum.

SPOLEČENSKY ODPOVĚDNÉ PODNIKÁNÍ

Klenoty Aurum přináší lidem do života lesk nejen prostřednictvím krásných šperků a doplňků, ale v rámci svých aktivit společnost myslí také na ty, kteří potřebují finanční pomoc. Klenoty Aurum se proto zapojily do podpory Nadačního fondu Kateřiny Sokolové AuTalk, který pomáhá dětem s autismem a jejich rodinám, podporují zároveň Jedličkův ústav. S ohledem na životní prostředí se společnost účastní ekologického programu Stromy pro život.



RONY LORI
MAJITEL SPOLEČNOSTI

„A jaké mám sny? Chci, aby firma fungovala tak jako doposud. Abych měl vždy na mzdy pro zaměstnance, a aby byli šťastní tak, jak jsou. Věřím totiž tomu, že mám spokojené zaměstnance, což je pro mě zásadní.“

ZAJÍMAVOSTI

- ZA ROK 2016 KLENOTY AURUM PRODALY 3,7 KM NÁRAMKŮ A 22 KM NÁHRDELNÍKŮ A ŘETÍZKŮ.
- SPOLEČNOST MÁ 197 ZAMĚSTNANCŮ, Z TOHO POUZE 7 MUŽŮ.
- REKORD V ZAMĚSTNANOSTI – TĚMĚŘ 49 LET PRO ZNAČKU PRACOVALA JEDNA ZE ZAMĚSTNANKYŇ, LONI ODEŠLA DO DŮCHODU.
- NEJDRAŽŠÍ ŠPERK, KTERÝ SE PRODAL V KLENOTECH AURUM, STÁL CCA 450 TISÍC A JEDNALO SE O DIAMANTOVÝ NÁHRDELNÍK.

