



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 image. 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 briliantových 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 svoji 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, který je v současnosti přejmenován na Klenoty Klub. V současné době jsou Klenoty Aurum stabilní společností se zázemím 46 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 nabízí 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 (Tommy Hilfiger, Hugo Boss, Scuderia Ferrari, Rebecca Minkoff, Cluse, Paul Hewitt, Sector 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. 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 vlastně, 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. Pro roky 2018 a 2019 se ambasadorkou Klenoty Aurum stala královna českého biatlonu Gabriela Koukalová. „Úspěšná sportovkyně, která si i pro medaile z olympijských her či Světového poháru běhá perfektně upravená, byla jasnou volbou. Je totiž ztělesněním síly, pile, smyslu pro disciplínu, které se však skrývají za křehkou krásou,“ říká jednatel společnosti Klenoty Aurum Rony Lori. Právě Gabrielinu jemnou ženskost oslavuje její první kampaně pro Klenoty Aurum. Zatímco většinou ji známe se silnými černými linkami kolem očí a často i výrazně naličenými rty, tentokrát vynikne její přirozenost. Tu zvětřil věhlasný fotograf Braňo Šimončík, se kterým Klenoty Aurum spolupracovaly již na třetí kampani. Produkce se ujalo studio Cash Only a výsledek je skvělý! „Od toho focení se líčím úplně jinak a mnohem jemněji. Přirozený look jsem si doslova zamílovala a cítím se v něm velmi dobře,“ říká Gabriela Koukalová. Kampaně jakoby mapovala celý den, který by tahle kráska mohla prožít: rozčuchaná v oversized triku po ránu, za dāmu v trenčkotu a s byznys hodinkami, v džínách a s drobnými řetízkem na volný čas, ale i v luxusním prádle nebo oděná jen do spousty diamantů. Nahé líčení krásně zvýraznilo půvabné pihy, dodalo šmrnc zrzavým vlasům. Její dokonalá, jakoby sluncem políbená pleť působí svěže a vypadá skvěle jak k večerním šatům a šperkům, tak i k lehce rockerskému looku, který si Gábina během focení vyzkoušela. V rámci spolupráce s Klenoty Aurum ji však čeká ještě jedna novinka: Po roli modelky

si vyzkouší také roli designérky. V druhé polovině roku totiž Gabriela Koukalová navrhne pro Klenoty Aurum vlastní šperky. Jeho slavnostní představení proběhne koncem roku.

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 2017 KLENOTY AURUM PRODALY 4,8 KM NÁRAMKŮ A 22,6 KM NÁHRDELNÍKŮ A ŘETÍZKŮ.
- SPOLEČNOST MÁ 203 ZAMĚSTNANCŮ, Z TOHO POUZE 7 MUŽŮ.
- REKORD V ZAMĚSTNANOSTI – TĚMĚŘ 49 LET PRO ZNAČKU PRACOVALA JEDNA ZE ZAMĚSTNANKYŇ, KTERÁ PŘEDLONI ODEŠLA DO DŮCHODU.
- NEJDRAŽŠÍ ŠPERK, KTERÝ SE PRODAL V KLENOTECH AURUM, STÁL CCA 450 TISÍC A JEDNALO SE O DIAMANTOVÝ NÁHRDELNÍK.