



„Żyj wygodniej!” to hasło, które przyświeca marce od początku jej istnienia, czyli od listopada 2000 roku. Jan Niezbędny wyróżnił się nie tylko asortymentem, lecz także był pierwszą spersonalizowaną marką w swojej kategorii na polskim rynku. Jan Niezbędny zerka z opakowań produktów, nawiązuje kontakt z Klientami i realizuje podstawową misję marki – ułatwia wszelkie prace domowe.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Czy wiesz, że do usuwania łusek z pstrąga idealnie nadaje się zmywak kuchenny Jana Niezbędnego? Wystarczy pocierać rybę ostrą stroną zmywaka, a łuski zejdą bez problemu.

Worki na śmieci Eko Natura mają specjalny dodatek d₂w[®], dzięki któremu po ok. 18-24 miesiącach na wysypisku śmieci rozpoczyna się proces ich degradacji, a całkowity rozpad następuje po kilku latach – zwykłych worków na śmieci nawet po ok. 400 latach.

Jeżeli masz problem z uporczywymi plamami na ścianach, nie możesz doczyścić granitowego zlewu, kurz przykleił się do kleju na drewnianych listwach przypodłogowych, a szyba kominka jest zawsze osmolona – wystarczy, że użyjesz Magicznej gąbki, która, bez użycia detergentów, wytrze zabrudzenia jak gumka myszka.



Kontekst rynkowy

Jan Niezbędny funkcjonuje na bardzo konkurencyjnym rynku, na którym, oprócz międzynarodowych graczy, operują liczne marki własne oraz wielu lokalnych producentów. Dzięki innowacyjnym i dobrej jakości produktom, atrakcyjnej szacie graficznej i wyróżniającej się, szerokiej i silnej komunikacji marketingowej, Jan Niezbędny utrzymuje niekwestionowaną pozycję lidera rynkowego. W 2003 roku Jan Niezbędny rozszerzył działalność także poza granice Polski, gdzie działa Grupa Sarantis: w Bułgarii, Czechach, Rumunii, Serbii oraz na Słowacji i Węgrzech. Produkty Jana Niezbędnego są tam identyczne, jak w swej rodzimej wersji, tyle tylko, że z powodów trudności z wymową marka nosi nazwę Fino.

Oferta

Zaufanie, którym Klienci obdarzyli markę Jan Niezbędny, sprawiło, że w błyskawicznym tempie wywalczyła ona pozycję lidera na rynku produktów gospodarstwa domowego. W ofercie Jan Niezbędny posiada aż 210 produktów, które od 14 lat ułatwiają wykonywanie codziennych obowiązków w domu czy ogrodzie. Są to: worki na śmieci, folie aluminiowe i do żywności, produkty śniadaniowe, akcesoria do pieczenia, naczynia jednorazowe, mopy, ścierki, zmywaki, rękawice i ściereczki nasączone oraz wiele, wiele innych.

Osiągnięcia

Od pojawienia się na rynku w listopadzie 2000 roku, Jan Niezbędny zdobył nie tylko pozycję lidera w rankingach sprzedażowych, lecz także – a nawet przede wszystkim – sympatię konsumentów. Już 7 lat temu, w badaniu przeprowadzonym przez SMG/KRC, spontaniczna znajomość marki wyniosła 48 proc. Podobne badanie przeprowadzone w październiku 2013 roku przez Agencję



Badań Rynku i Opinii Profit Holding pokazało, że spontaniczna świadomość marki wzrosła do poziomu 81 proc. Jan Niezbędny nie tylko znacząco poprawił swój wynik, lecz także zostawił całą konkurencję daleko w tyle (druga marka osiągnęła 54 proc., a trzecia – 19 proc.). Również w badaniu Top of mind bezdyskusyjnym numerem jeden okazał się Jan Niezbędny – aż 53,3 proc. konsumentów wymieniło go jako pierwszą markę w swej kategorii. Kolejny konkurent musiał się zadowolić wynikiem 11,8 proc., a trzeci – 7,8 proc. Zaufanie i sympatia konsumentów przekładają się na liczne nagrody, które w ciągu ostatnich lat zdobył Jan Niezbędny. W 2013 roku otrzymał kilka prestiżowych nagród: godło Top Marka 2013, Laur Konsumenta 2013, Dobry Produkt 2013 – Wybór Konsumentów oraz Konsumentki Lider Jakości 2013. To bardzo ważne i cenne wyróżnienia dla marki, ponieważ o ich przyznaniu decydują zarówno konsumenci, jak i eksperci w dziedzinie marketingu.

Promocja Marki

Jan Niezbędny troszczy się o naturalne środowisko – to prawdziwie ekologiczna marka, dbająca o naturę na różnych płaszczyznach. Przede wszystkim tworzy przyjazne środowisku, proekologiczne produkty – ścierki z mikrofibry, magiczne gąbki niewymagające używania detergentów, czy degradable worki na śmieci Eko Natura, które rozkładają się na wysypisku.

To jednak nie wszystko – Jan Niezbędny nie ogranicza się tylko do produktowych, oczywistych działań. Chętnie angażuje się w projekty oczyszczania przestrzeni wokół nas i różne akcje ekologiczne. Jesienią 2011 roku, w ramach internetowej akcji „Tu Jest Brudno”, Niezbędna Ekipa Jana usunęła dwie tony śmieci ze Skarpy Ursynowskiej w Warszawie, a następnie wysprzątała park miejski i dzięki wysypisko śmieci w Łodzi. Rok później Jan Niezbędny sprawdził się w jeszcze większym wyzwaniu – wysprzątał Tatry, będąc głównym sponsorem największej akcji sprzątania polskich gór. Specjalnie z okazji „Czystych Tatr” Jan Niezbędny zaprojektował plecaki do zbierania i bezpiecznego transportowania śmieci oraz kilka tysięcy worków Eko Natura, które trafiły do ekip sprzątających – wolontariuszy wyposażonych w rękawice ochronne Jana Niezbędnego. W 2013 roku akcja zyskała rangę międzynarodową, przez co osiągnęła jeszcze większą popularność. Liczba wolontariuszy sięgnęła aż 3 tysięcy, przy czym polscy ochotnicy sprzątnęli Tatry po stronie słowackiej, a Słowacy – po polskiej. Dodatkowo, dzięki specjalnym workom i stojakom Jana Niezbędnego, mogli posegregować śmieci w obozowisku. Kilka tysięcy ekologicznych worków zostało także przekazanych schroniskom PTTK. Turycy, wychodząc ze schronisk, mogą zabrać ze sobą worek i przy okazji pozbiierać napotkane śmieci. Obecnie specjalne podajniki z workami czekają w recepcjach ponad 60 schronisk i stanic wodnych na terenie całego kraju.

Wartości Marki

Nowoczesność i innowacyjność to cechy, które wyróżniają markę. Będąc liderem na rynku, Jan Niezbędny stara się wyprzedzać konkurencję i stale wzbogaca ofertę o atrakcyjne dla Klientów produkty. Ulepsza także stosowane już rozwiązania. Wiele obecnie dostępnych na rynku popularnych produktów to unikatowe pomysły Jana Niezbędnego – przykładem mogą być worki na śmieci z taśmą czy grubą folią aluminiową. Jan Niezbędny stara się zawsze być pół kroku przed konkurencją, a konsumenci to doceniają.

www.janniezbjedny.pl



HISTORIA MARKI

- 2000:** Pojawienie się na rynku marki Jan Niezbędny z 28 produktami.
- 2001:** Pierwsza reklama telewizyjna.
- 2003:** Jan Niezbędny w wersji Fino debiutuje w Bułgarii, Czechach, Rumunii, Serbii oraz na Słowacji i Węgrzech.
- 2005:** Pierwszy Złoty Laur Konsumenta.
- 2006:** Nagroda Premium Brand – Marka Wysokiej Reputacji.
- 2008:** Czwarty Złoty Laur Konsumenta; Odkrycie Roku dla worków na śmieci Tytan.
- 2009:** Zmiana logo i repackaging marki; Eko-Laur Konsumenta dla worków na śmieci Eko Natura.
- 2011:** Wprowadzenie nowej kategorii produktowej „Mopy”.
- 2012:** Wprowadzenie nowej kategorii „Ściereczki nasączone”; marka Jan Niezbędny laureatem nagrody Superbrands 2012.
- 2013:** Ponad 210 produktów w portfolio marki i kolejne nagrody: Superbrands 2013/2014 i Superbrands Created in Poland.