



Marka TOPEX na przestrzeni 25 lat stała się w Polsce synonimem narzędzi. Obecnie jest ona najbardziej rozpoznawalną polską marką narzędziową. Swoją sukces zawdzięcza szerokiej ofercie, aktywnej komunikacji i sprawnej dystrybucji. Asortyment TOPEX znaleźć można nie tylko w sklepach na terenie Polski, lecz także w 40 krajach na świecie.

#### Kontekst rynkowy

Obecnie Grupa Topex jest największą polską firmą narzędziową i jednym z kluczowych graczy na rynku Europy Środkowej i Wschodniej. Największy wkład w ten sukces ma flagowa marka produktowa – TOPEX. Jej znajomość deklaruje aż 65 proc. konsumentów, co sprawia, że marka jest dziś najbardziej rozpoznawalną polską marką narzędziową [Omnibus GO96 on-line, czerwiec 2013, Interaktywny Instytut Badań Rynku, gr. M 18-50, n=800].

#### Historia Marki

Marka TOPEX powstała na początku lat 90., gdy Andrzej Gackowski i Piotr Topolewicz założyli firmę o tej samej nazwie. W pierwszych latach działalności spółka była partnerem handlowym dużych, europejskich dystrybutorów artykułów technicznych. W 1992 roku na rynku pojawiły się pierwsze narzędzia ręczne pod marką TOPEX. Od początku istnienia marce przyświecał jeden cel – dostarczać przystępne rozwiązania ułatwiające pracę i wpływające na komfort życia użytkowników narzędzi.

Realizacji celu sprzyjał kontekst rynkowy. Na początku lat 90. Polacy zaczęli budować nową rzeczywistość i potrzebowali do tego narzędzi. TOPEX, jako jedna z pierwszych marek, odpowiadała na tę potrzebę. Młotki, piły, wkrętaki czy szpadle polskiej marki coraz częściej pojawiały się na placach budowy, w warsztatach, domach i ogrodach. Lata 1993-2000 to czas, gdy marka dynamicznie rozwijała dystrybucję i budowała świadomość w Polsce i w Europie Środkowej i Wschodniej. Konsekwencją w działaniu sprawiła, że w 2012 roku marka TOPEX osiągnęła status jednej z najbardziej rozpoznawalnych marek narzędziowych na polskim rynku ze znajomością marki wśród konsumentów wynoszącą 59 proc. Dynamiczny wzrost popularności i rozpoznawalności pociągnął za sobą zmiany na poziomie wizerunkowym. W 2012 roku firma zmieniła nazwę na Grupa Topex



i przeszła złożony proces rebrandingu. Jednym z najważniejszych celów wprowadzonych zmian było wyraźne odróżnienie marki korporacyjnej od znanej szeroko marki produktowej TOPEX. Kolejne lata pokazały, że była to słuszna strategia. W 2013 roku marka TOPEX osiągnęła status najbardziej rozpoznawalnej marki narzędzi ręcznych w Polsce, ze wskaźnikiem świadomości na poziomie 65 proc.





### Osiągnięcia

Jednym z najważniejszych osiągnięć marki TOPEX jest REBRAND 100® Global Awards 2013 – nagroda przyznana w międzynarodowym konkursie, którego celem jest wyróżnienie wyjątkowych w skali świata projektów rebrandingowych. Przyznawana przez panel międzynarodowych ekspertów nagroda jest najwyższym wyróżnieniem jakie można uzyskać za proces transformacji wizerunku marki. Nagroda jest istotnym miernikiem skuteczności przyjętej strategii.

Marka zyskuje uznanie także w konkursach konsumenckich. W latach 2013 i 2014 TOPEX otrzymał tytuły Created in Poland Superbrands oraz Konsumencki Lider Jakości.

### Oferta

TOPEX to szeroka i kompleksowa oferta solidnie wykonanych narzędzi w przystępnej cenie. Asortyment marki składa się z ponad 1500 produktów. Narzędzia TOPEX umożliwiają rozwiązywanie zarówno prozaicznych, jak i bardziej skomplikowanych problemów oraz realizowanie ciekawych pomysłów – w domu i ogrodzie. Marka proponuje konsumentom m.in.: narzędzia budowlane, dekoratorskie, motoryzacyjne, ogrodowe, stolarskie, pomiarowe czy oświetleniowe, a w 2014 roku poszerzyła ofertę także o produkty przeznaczone dla domu oraz gamę produktów malarskich. Asortyment uzupełniają systemy przechowywania i transportu narzędzi oraz niezbędne akcesoria.

Za rosnącą popularność marki TOPEX odpowiada również jej jakość – sprawdzona w licznych, rygorystycznych testach laboratoryjnych, dostosowana do potrzeb użytkowników. Produkty marki weryfikowane są zarówno pod kątem zgodności z obowiązującymi, światowymi normami, jak i wysokimi wewnętrznymi standardami. Rezultaty ponad 150 przeprowadzanych w laboratorium marki testów potwierdzają renomowane ośrodki certyfikujące m.in.: niemiecki TÜV, polski Ośrodek Badawczo-Rozwojowy PREDOM, Eltest czy Polskie Centrum Badań i Certyfikacji.

Strategia rozwoju marki TOPEX – konsekwentny rozwój oferty produktowej, rygorystyczna kontrola jakości asortymentu oraz zwiększanie zasięgu dystrybucji – przynosi efekty. Według badań produkty marki znajdują się w skrzynkach narzędziowych co trzeciego polskiego majsterkowicza [Badanie ilościowe, n=600 polscy majsterkowicze, maj 2010, Synovate].

### Promocja Marki

Skuteczna komunikacja z konsumentem i rynkiem ma duże znaczenie. Dlatego dynamiczny rozwój oferty i sieci dystrybucyjnej TOPEX od zawsze wspierany był kampaniami promocyjnymi. Jednak najistotniejszym działaniem ostatnich lat był, przeprowadzony w 2012 roku, rebranding. W trakcie ponad 20-letniej historii marki jej skala i znaczenie wzrosły. Decyzja o zmianie nazwy firmy z TOPEX na Grupa Topex oraz wprowadzenie nowej identyfikacji wizualnej zarówno marki firmowej, jak i produktowej były naturalną konsekwencją dynamicznego rozwoju. Nowe oblicze marki jest odpowiedzią na potrzeby współczesnego konsumenta. Tak znaczące zmiany wspierane były szeroko zakrojoną kampanią reklamową. Wiosną 2013 roku w telewizji, prasie i internecie pojawiły się materiały promujące nowe pozycjonowanie TOPEX. W ogólnopolskich i tematycznych kanałach telewizyjnych wyemitowano ponad 3000 spotów reklamowych pod hasłem „TOPEX. Niezbędny, tak jak Ty”. Nowoczesne,



dynamiczne filmy reklamowe oraz działania on-line dotarły do prawie 6 milionów osób. Wyraźnie wpłynęło to na wzrost sprzedaży produktów i pozwoliło marce osiągnąć pozycję lidera na polskim rynku narzędzi ręcznych.

Podjęte w ramach kampanii wyzwania strategiczne, przyjęte cele, idea komunikacyjna i jej rozwinięcie w działania reklamowe oraz osiągnięte efekty sprawiły, że kampanię doceniła kapituła Effie – jednej z najważniejszych nagród świata reklamy. Złożone z autorytetów świata reklamy i designu jury przyznało marce TOPEX brązową statuetkę w kategorii Dobra Konsumenckie.

Rok 2014 przyniósł kolejne dwie kampanie reklamowe – w sierpniu i grudniu w telewizji pojawiły się nowe spoty pod hasłem „Jest jakość, są efekty”, które komunikowały stale rosnącą jakość produktów. Łącznie obejrzało je ponad 4 miliony konsumentów.

### Ostatnie wydarzenia

W 2014 roku TOPEX otrzymał po raz drugi z rzędu tytuł Created in Poland Superbrands oraz Konsumencki Lider Jakości. Został także laureatem brązowej statuetki Effie za kampanię reklamową „TOPEX. Niezbędny, tak jak Ty.”

[www.topex.pl](http://www.topex.pl)

## TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

- Produkty TOPEX można kupić w 40 krajach na całym świecie.
- Co 2 sekundy kupowane jest narzędzie marki TOPEX.
- Oferta TOPEX składa się z ponad 1500 produktów dla majsterkowiczów.
- Produkty marki TOPEX dostępne są w Polsce w ponad 4000 punktów sprzedaży.
- Produkty TOPEX poddawane są ponad 150 specjalistycznym testom wytrzymałościowym.