



Jan Niezbędny gości w polskich domach już niemal 19 lat. Przez ten czas zdobył tytuł niekwestionowanego lidera branży artykułów gospodarstwa domowego i sympatię konsumentów. Zgodnie z mottem marki: „Żyj wygodniej!”, Jan Niezbędny stale poszerza ofertę i wprowadza kolejne innowacyjne produkty sprawiające, że codzienne obowiązki stają się znacznie prostsze i przyjemniejsze.



#### Kontekst rynkowy

Rynek artykułów gospodarstwa domowego, do którego przynależy marka Jan Niezbędny jest mocno konkurencyjny. Znajdują w nim miejsce zarówno międzynarodowi producenci, jak i mniejsze firmy o zasięgu lokalnym. Aby wypracować i utrzymać pozycję lidera branży, Jan Niezbędny postawił na wysoką jakość produktów w przystępnej cenie, popartą, zintegrowaną komunikacją marketingową. Marka konsekwentnie realizuje także strategię opartą na innowacyjnym podejściu do produktów gospodarstwa domowego. By zacieśnić relację z klientami i jeszcze lepiej dostosować się do ich potrzeb, Jan Niezbędny w 2016 roku wprowadził postać brand hero – niezastąpionego pomocnika podczas codziennych obowiązków. Za pomocą interaktywnych kanałów na Facebooku oraz Instagramie, dzieli się on z użytkownikami praktycznymi poradami ułatwiającymi codzienne życie, prezentując szeroką ofertę produktów w aż 19 różnych kategoriach. Do potencjalnych klientów Jan Niezbędny dociera także poprzez akcje outdoorowe, aktywności w prasie konsumenckiej i prasie handlowej, prowadzi również działania PR-owe i digitalowe. Jan Niezbędny współpracuje także z blogerami kulinarnymi, m.in. z finalistką MasterChefa Kingą Paruzel, organizuje spotkania autorskie z Janem Kuriem podczas promocji jego książki, a także wspiera takie wydarzenia jak BloggerChef, Warsaw Fusion Gastro Show, czy Food Blogger Fest.

#### Oferta

Jan Niezbędny stale obserwuje potrzeby konsumentów i rozwija swój asortyment. Na początku swojej działalności w 2000 roku Jan Niezbędny miał w ofercie zaledwie 28 produktów, obecnie jest ich aż 265 w 19 kategoriach. Produkty takie jak: mopy, deski do prasowania, suszarki, folie aluminiowe, torebki strunowe, pojemniki służące do przechowywania żywności oraz worki na śmieci – nie tylko pomagają utrzymać czystość w domu, ale są również przydatne podczas prac ogrodowych, wyjazdów, czy rodzinnych pikników. Choć na przestrzeni lat zmienił się asortyment i identyfikacja graficzna, to marce wciąż przyświeca ten sam, co na początku działalności cel – dostarczać klientom rozwiązania innowacyjne, funkcjonalne i ułatwiające codzienne czynności. Marka słynie z poszukiwania i wdrażania nowoczesnych rozwiązań rewolucjonizujących nasze myślenie o domowych obowiązkach. To właśnie Jan Niezbędny



wprowadził składane, silikonowe pojemniki na żywność oraz folię EASY – odrywaną palcami w dowolnych miejscach. W popularnych workach na śmieci z taśmą Magnum – zastosowano innowacyjny system interleave, pozwalający odwijać jeden worek za drugim – bez konieczności odrywania ich od siebie, co stanowi prawdziwy przełom w rozwoju tej kategorii. Nie są to jedyne nowości, które zawiązujemy marce – do szerokiej oferty produktów dołączyla w ostatnim czasie Folia z papierem do pieczenia 2w1, która łączy w sobie właściwości obu produktów – folia pozwala na uzyskanie dowolnego kształtu, natomiast papier do pieczenia minimalizuje ryzyko przypaleń. Produkty marki Jan Niezbędny wpisują się w ideę dbania o środowisko naturalne – w asortymencie marki znajdziemy produkty wykonane z materiałów ekologicznych, m.in. ściereczki z mikrofibry, worki na śmieci Eko Natura z dodatkiem dżw, dzięki któremu ich proces degradacji rozpoczyna się już po 18-24 miesiącach.

#### Osiągnięcia

Dzięki innowacyjnemu podejściu do produktów gospodarstwa domowego, marce udało się wypracować pozycję lidera branży. W kategorii worków na

śmieci Jan Niezbędny ma 17,6% udziałów wartościowych, a w kategorii produktów do przechowywania żywności 19,8% (Nielsen, MAT OCT2018). Liczne nagrody świadczą o zaufaniu i sympatii, jakimi darzą go konsumenci. W 2005 roku marka otrzymała swój pierwszy Złoty Laur Konsumenta, a dziś ma już na koncie wiele takich odznaczeń. Wśród prestiżowych wyróżnień z ostatnich lat warto wymienić m.in. wyróżnienie w badaniu „Ulubiona Marka Polaków/Polek 2017” w kategorii „Akcesoria do sprzątnięcia” czy też I miejsce w plebiscycie „Superprodukt Świata Kobiety” 2016 dla deski do prasowania PREMIUM. Marka jest nagradzana zarówno przez ekspertów branży, jak i przez samych konsumentów. W badaniu Superbrands 2017 Jan Niezbędny był bezkonkurencyjny w kategorii „Dla domu – akcesoria gospodarstwa”, uzyskując najwyższy indeks spośród wszystkich ocenianych firm. Znalazł się także w zestawieniu 20 najsilniejszych marek na polskim rynku, bez podziału na kategorie, zajmując 13. miejsce. W 2018 roku ponownie triumfował w badaniu Superbrands, zdobywając kolejną statuetkę.

#### Ostatnie wydarzenia

Marka aktywnie uczestniczy w projektach propagujących proekologiczne postawy. Z dumą angażuje się w akcję „Czyste Tatry”, wspierając ją od pierwszej edycji. W ramach największego sprzątnięcia polskich gór zostały zaprojektowane i wyprodukowane plecaki do zbierania śmieci, a co roku, setki ochotników zostają zaopatrzone w ekologiczne worki i rękawice ochronne. Efektem ostatniej, 7. edycji akcji było aż



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



#### TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Nowy zmywak higieniczny został wzbogacony o środek antybakteryjny Ultra-fresh DW-30, który powstrzymuje gromadzenie się i namnażanie bakterii w zmywaku. Dzięki temu zachowuje on swoją świeżość i neutralność zapachową znacznie dłużej niż inne czyszciki.

19

Od tylu lat Jan Niezbędny gości w domach polskich konsumentów.

420 kg śmieci, zebranych przez ponad 7 tysięcy wolontariuszy na 275 km górskich ścieżek. Worki Eko Natura trafiają także do schronisk PTTK, dzięki czemu mogą z nich korzystać turyści wychodzący na szlak. Obok tych działań prowadzone są także akcje edukacyjne. W ostatniej edycji ponownie udało się pobić rekord na największą mozaikę z surowców wtórnych. 25 tysięcy kubeczków, z których ułożono mozaikę, trafiło do zakładu przetwarzania odpadów, aby można było z nich wyprodukować ekologiczne worki na śmieci. Nie jest to jednak jedyna taka inicjatywa. Sukces sprzątnięcia Tatr zainspirował Jana Niezbędnego do wsparcia kolejnej ekologicznej akcji pod hasłem „Czyste Beskidy”.

#### HISTORIA MARKI

**2000** Jan Niezbędny debiutuje na polskim rynku.

**2001** Pierwsza reklama marki w telewizji.

**2003** Jan Niezbędny pojawia się jako Fino na Węgrzech, w Czechach, Słowacji, Rumunii, Bułgarii i Serbii.

**2005** Pierwszy Złoty Laur Konsumenta.

**2006** Nagroda Premium Brand – Marka Wysokiej Reputacji.

**2008** Czwarty Złoty Laur Konsumenta oraz Odkrycie Roku dla worków na śmieci Tytan.

**2009** Nowe logo i zmiana opakowań produktów marki.

**2011** Wprowadzenie mopów, jako nowej kategorii produktowej.

**2012** Wprowadzenie kolejnej kategorii produktowej – ściereczki nasączone; pierwsza nagroda Superbrands.

**2015** Rozszerzenie oferty o kategorie desek do prasowania oraz suszarek na ubrania.

**2016** Wprowadzenie brand hero marki.

**2017** Nagrody Superbrands i Superbrands Polska Marka oraz 13. miejsce w TOP20 Superbrands bez podziału na kategorie.