



Dekoral od lat kreuje kolorystyczne trendy i inspiruje Polaków do odważnego eksperymentowania z barwami we wnętrzach. Dzięki bogatej ofercie produktów, oryginalnym paletom kolorów oraz nieszablonowemu podejściu do tematu urządzania domu, marka zdobyła nie tylko trwałe miejsce w sercach konsumentów, lecz także miano lidera na polskim rynku farb.

Kontekst rynkowy

Polski rynek farb i lakierów należy do grona największych w Europie. Firma PPG Deco Polska, właściciel m.in.: marek Dekoral, Drewnochron i Domalux, jest dziś jednym z największych graczy na tym rynku. Sam Dekoral zaś od długiego czasu utrzymuje pozycję jednej z najczęściej kupowanych marek farb kolorowych w Polsce. Poza wynikami sprzedażowymi siłę brandu potwierdzają różnorodne rankingi oraz badania, które jednoznacznie pokazują, że dla wielu polskich konsumentów Dekoral jest po prostu marką pierwszego wyboru, wyróżniającą się jakością i najlepszą ofertą.

TO, CZEGO NIE WIEDZIAŁEŚ

Czy można pomalować dom smartfonem? Jak najbardziej! Wystarczy tylko ściągnąć aplikację Dekoral iColor, zrobić zdjęcie, wybrać kolory i gotowe!

Najbardziej nowoczesna sieć sklepów malarskich w Polsce to oczywiście Studio Dekoral Premium, oferujące zarówno doskonałe produkty, jak i najlepsze wsparcie oraz doradztwo dla klientów.

Już ponad 3 mln razy skorzystali użytkownicy z aplikacji Wirtualny Wizualizer! Tym samym powstały już ponad 3 mln wyjątkowych aranżacji z kolorami Dekoral.

Fan page Dekoral Fashion w serwisie Facebook liczy już ponad 40 tys. fanów! Gdyby zebrać ich wszystkich razem, powstałoby sporej wielkości miasto fanów mody i pięknych kolorów.

Oferta

Oferta Dekoral to kompleksowy asortyment farb oraz innych produktów, pozwalających klientom szybko i wygodnie wyremontować dom lub zmienić kolorystykę wnętrza.

Najważniejsze miejsce w portfolio marki zajmuje rozbudowana gama emulsji kolorowych, przeznaczonych do malowania ścian i sufitów (m.in. znane i cenione farby lateksowe Akrylit W, Fashion Collection oraz Colour&Style). Produkty z tej kategorii wyróżniają się zarówno niebanalnymi odcieniami, jak i doskonałymi właściwościami użytkowymi (np. odporność na szorowanie, hypoalergiczność czy zawartość specjalnych formuł zwiększających trwałość oraz nasycenie barw).

Obok emulsji, w ofercie znaleźć można także doskonały wybór preparatów uzupełniających w postaci farb podkładowych, gruntujących, przeznaczonych do zadań specjalnych (np. do usuwania plam, malowania kaloryferów lub betonu itp.), a także najwyższej klasy emalii akrylowych oraz ftalowych, dedykowanych do malowania metali i drewna. Szczególnie miejsce w tej kategorii zajmują farby antykorozyjne (m.in. Fawiny! C oraz Emalia Antykorozyjna), które są wysoko cenione zarówno przez zawodowych wykonawców, jak i klientów indywidualnych. Dekoral nie zapomina również o osobach malujących i remontujących elewacje – czeka na nie wybór nowoczesnych farb fasadowych oraz tynków elewacyjnych.

Całość uzupełnia komputerowy system doboru kolorów Dekoral Color System, w którego ofercie znajdują się wysokiej jakości bazy oraz nieograniczony wręcz wybór kolorów.

Dekoral oferuje jednak nie tylko świetne produkty, lecz także innowacyjne rozwiązania ułatwiające wybór odpowiednich preparatów oraz kolorów. Dzięki aplikacji mobilnej Dekoral iColor klienci mogą zaaranżować najlepsze barwy do wnętrz za pomocą telefonu. Z kolei aplikacja iKonsultant pomoże im szybko dobrać właściwe produkty podczas wizyty w sklepie. Dodatkowo na stronie www.dekoral.pl czeka na klientów Wizualizer umożliwiający tworzenie wirtualnych aranżacji wnętrz. Ponadto każda osoba odwiedzająca sklep Centrum Dekoral Professional lub Studio Dekoral może liczyć na fachowe wsparcie i doradztwo.





Osiągnięcia

Najważniejszym osiągnięciem Dekoral jest błyskawiczne zdobycie oraz wieloletnie utrzymywanie pozycji lidera w kategorii farb dekoracyjnych. Świadczy to o wielkiej dynamice marki, doskonałym wyczuciu potrzeb rynku, a także nieszablunowym podejściu do działań marketingowych, a przez to również zdolności stałego zaskakiwania konkurencji. Potwierdzają to wielokrotne badania, które pokazują, że dla większości Polaków Dekoral to kolorystyczny trendsetter oraz pierwsza marka farb ceniona za wysoką jakość produktów oraz kompleksową ofertę.

Jednym z największych powodów do dumy jest koncepcja Dekoral Fashion oraz ściśle powiązanie marki ze światem mody, co okazało się być rozwiązaniem rewolucyjnym na krajowym rynku. Efektem tego innowacyjnego spojrzenia na świat są dziś ekskluzywne farby inspirowane modowymi trendami (m.in. Fashion Collection, Akrylowy Lakier Transparentny, Colour&Style, Diamentowa Kolekcja, Włoskie Impresje), ścisła współpraca z projektantami, a także wydarzenia takie, jak Dekoral Fashion Show czy też wyjątkowy konkurs dla młodych twórców mody Dekoral Fashion Awards.

Jednocześnie Dekoral cieszy się opinią marki, która przykłada wielką wagę do ekologii i troski o środowisko naturalne – na opakowaniach produktów znaleźć można m.in. znak „Zielonego Liścia”, informujący o obniżonej zawartości lotnych związków organicznych (LZO). Laboratoria PPG Deco Polska stale pracują nad rozwijaniem nowych receptur, aby produkty oferowane przez Dekoral w jak najlepszym stopniu odpowiadały oczekiwaniom konsumentów, a zarazem były przyjazne dla środowiska. Najlepszym tego przykładem jest produkt „Colour&Style” Dekoral Fashion, który otrzymał prestiżowy certyfikat „Eco-Label” będący europejskim wyróżnieniem, przyznawanym wyrobom spełniającym najwyższe normy środowiskowe.

Pośród nagród zdobytych przez markę Dekoral znajdują się m.in.:

- Superbrands 2012, 2013, 2013/2014.
- Złoty Laur Konsumenta 2011 w kategorii farb fasadowych.
- Tytuł marki o najwyższej reputacji Premium Brand 2008 (plebiscyt organizowany przez czołowy magazyn ekonomiczny „Forbes”).

- Nagroda Satisfakcji Klientów „Gold Standard 2007” w kategorii farby.
- Budowlana Marka Roku w kategorii farby (tytuł otrzymywany nieprzerwanie od 2006 roku).
- Najsilniejsza, polska marka farb i lakierów według corocznego rankingu Najcenniejszych Polskich Marek organizowanego przez dziennik „Rzeczpospolita” (stała obecność w rankingu od 2004 roku).

Promocja Marki

Dekoral znany jest z odważnego podejścia do komunikacji marki. Z jednej strony brand stawia na intensywne kampanie telewizyjne „Kreacje dla Twojego wnętrza”, wyróżniające się wyszukaną formą i wyrafinowaną stylistyką, z drugiej zaś odważnie wykorzystuje nieszablunowe kanały komunikacyjne oraz promocyjne. Przykładem tych działań jest np. loteria Koło Fortuny, która, dzięki atrakcyjnym nagrodom oraz zabawnej formie, spotkała się doskonałym odzewem ze strony klientów. Innym unikatowym rozwiązaniem były kampanie Modne Nagrody i Modne Metamorfozy, w których wykorzystano m.in. działania w obszarze social media oraz błyskawiczne loterie SMS. Z kolei w 2013 roku w serwisach Facebook oraz Instagram zrealizowano konkurs zachęcający fanów do aktywnego eksperymentowania z modą oraz urządzeniem wnętrz. Marka Dekoral była także inicjatorem głośnych wydarzeń, takich jak pokazy mody Dekoral Fashion Show oraz konkurs dla młodych projektantów mody Dekoral Fashion Awards.

Wartości Marki

Główną misją marki Dekoral jest inspirowanie klientów do wyrażania emocji za pomocą kolorów, czyli tworzenia pięknych i przyjaznych wnętrz, w których będą czuć się komfortowo. Dlatego marka dąży przede wszystkim do:

- bycia ekspertem w tworzeniu najmłodszych kolekcji kolorystycznych oraz dekoracji wnętrz;
- oferowania klientom prestiżowych produktów, idealnie dopasowanych do ich potrzeb oraz powiązanych z ich stylem życia;
- dawania pełnej radości z podjętej decyzji oraz przeprowadzonych zmian;
- zapewnienia komfortu i dobrego samopoczucia w codziennym życiu.

Wartości budujące Dekoral to przede wszystkim doskonała jakość, trwałość, a także wygoda w stosowaniu. Oferowane produkty dostępne są w zróżnicowanej i modnej kolorystyce (odzwierciedlającej światowe trendy), umożliwiającej klientom tworzenie wyjątkowych wnętrz, odpowiadających ich oczekiwaniom. Jednocześnie Dekoral wyraźnie stawia na ekologię oraz ochronę zdrowia – wszystkie oferowane produkty są zgodne z najwyższymi normami, a część z nich wyróżnia się także atestami hypoalergicznymi.

www.dekoral.pl



HISTORIA MARKI

1998: Narodziny marki Dekoral i pierwsza kampania reklamowa w TV – rok po debiucie rozpoznawalność marki na poziomie 52 proc.

2000: Zdobycie godła Teraz Polska oraz wprowadzenie pierwszej emulsji wewnętrznej w kolorach gotowych – Akrylit W.

2001: Otwarcie pierwszej sieci sklepów detalicznych z farbami STUDIO DEKORAL.

2005: Stworzenie Dekoral Professional, subbrandu dla profesjonalistów.

2006: Wprowadzenie ikony marki, czyli Kameleona Leona.

2007: Wprowadzenie subbrandu Dekoral Fashion.

2008: Obchody 10-lecia marki.

2011: Innowacyjna kampania Modne Nagrody i Modne Metamorfozy.

2012: Dekoral po raz pierwszy w gronie Superbrands.

2013: Organizacja konkursu dla młodych projektantów Dekoral Fashion Awards; stworzenie aplikacji mobilnych Dekoral iColor oraz iKonsultant.