

Wyroby piśmiennicze

DŁUGOPISY



Joanna Sochacka

Julia Slutskaya

Justyna Walczak

O czym będziemy mówić?

1. Definicja długopisu
2. Rozwój długopisów
3. Analiza marketingowa produktu
4. Rodzaje długopisów – produkt poszerzony
5. Działania marketingowe
6. Najpopularniejsze marki długopisów
7. Cykl życia produktu i polityka asortymentowa

Definicja

Długopis – narzędzie do pisania wynalezione w **1938 roku** przez węgierskiego artystę i dziennikarza László Bíró. Długopis składa się z obudowy oraz rurki wypełnionej gęstym tuszem i zakończonej obsadką. W obsadce umieszczona jest kulka o średnicy około 1 mm. Podczas pisania kulka obraca się, rozprowadzając równomiernie tusz po kartce papieru.



Rozwój długopisów



Okolo 4000 lat p.n.e. – człowiek wydrapuje słowa na mokrej glinianej tabliczce za pomocą kija z brązu lub kości

Okolo 3000 lat p.n.e. – Egipcjanie zaczynają robić napisy na papirusie piórami lub cienkimi trzcinami.

1300 lat p.n.e. - rzymianie używają do pisania cienkich arkuszy z wosku osadzonych na drewnianych płytkach oraz metalowe pióra.

Średniowiecze – Anglosasi stosują płytki wypełnione woskiem. Piszą piórami metalowymi lub z kości, których jeden koniec jest zastrzony, a drugi służy do ścierania.

600 – 1800 lata – Hiszpania - pierwszy piórowy długopis do pisania.

1800 – 1850 – opatentowanie pierwszego metalowego pióra,
1830 r. - metalowe pióra wykorzystane były w celach handlowych.

1844 rok – Lewis Edson Waterman, agent ubezpieczeniowy, wynalazł pierwszy automatyczny długopis.

The logo for Waterman Paris, featuring the word "WATERMAN" in a large, stylized, gold-colored serif font, with "PARIS" in a smaller, simpler font below it.



1888 r. – patent kulkowego długopisu (J. Loud'a)

1916 r. – patent (Van Vechten Reisberg)



1940 r. – pierwszy nowoczesny długopis wynaleziony przez Josefa oraz George Biro.

1945 r. – pojawienie się długopisów na amerykańskim rynku towarów pod hasłem „pierwszy długopis, który pisze pod wodą”; w ciągu lunchu w dużym domu towarowym w NY sprzedawano średnio 10000 długopisów.



1953 r. – pojawienie się pierwszych tanich długopisów firmy *BIC CO*



lata 1980 – 1990 – „rollers” – zamiast gęstej farby, która jest stosowana w zwykłym kulkowym długopisie, rollery posiadają ruchomą kulkę oraz tusz w płynie



1990 - ... - upowszechniają się długopisy z gumowymi uchwytami, które zmniejszają nacisk palców na długopis



1997 - ... – masowa produkcja długopisów marki *Ring Pen*. Te ergonomiczne długopisy posiadają specjalne miejsce tylko na jeden palec, dzięki czemu chroniony jest przed przeciążeniem nasz układ kostny nadgarstka podczas długiego pisania.

How it's made?



Analiza marketingowa produktu

- ✓ Rdzeń produktu – narzędzie do pisania.
- ✓ Produkt rzeczywisty – długopis – design, jakość, kolorystyka itd..
- ✓ Produkt oczekiwany – zgodność z opisem, osiągnięcie odpowiednich oczekiwań.
- ✓ Produkt poszerzony – gwarancja na zakupiony produkt, serwis posprzedażowy, dostępność produktów.
- ✓ Produkt potencjalny – nowe technologie, innowacje.

Rodzaje długopisów – produkt poszerzony

Długopis ze ściągą Cena = ok. 2 zł.



Długopis UV („sekretny”) Cena = ok. 10 zł.



Długopisy dziecięce

Cena = ok. 5 zł.



Kolorowy długopis

Cena = ok. 4 zł.



Giętki długopis

Cena = ok. 3 zł.



Długopis świecący

Cena = ok. 5 zł.



Długopis z kamerą, mikrofonem i USB (długopis „szpiegowski”)

Cena = ok. 250 zł.



***Długopis z radiem
i słuchawkami***

Cena = ok. 25 zł.



Długopis z gumką

Cena = ok. 9 zł.



Długopis tęczy

Cena = ok. 8 zł.





***Sztućcowe zatyczki do
długopisów***



Długopis z pieczętką

Długopis rysujący obwody elektroniczne

Opracowany na University of Illinois długopis piszący srebrnym tuszem może nanosić obwody i połączenia na papier, drewno i inne powierzchnie.

Pozwala to na tworzenie urządzeń elektronicznych "w locie".

Po narysowaniu układu, gdy ciekły nośnik zawarty w tuszu wyschnie, na powierzchni pozostają srebrne ścieżki przewodzące.

Tusz zachowuje swoją przewodność nawet przy składaniu i wyginaniu papieru, co sprawia, że układy wykonane w ten sposób są bardzo giętkie.



Długopis 3D Cena = ok. 250 zł.



Długopisy - gadżety





najdroższy długopis na świecie
zaprojektowany przez szwajcarską firmę dla uczczenia
wielkiego architekta Antonio Gaudi'ego

Cena: 265 tysięcy dolarów.

Działania marketingowe

- Reklamy i artykuły w prasie;
- Filmy krótkometrażowe promujące markę;
- Billboardy;
- Sponsoring;
- Spoty reklamowe w telewizji.

Najpopularniejsze marki długopisów

Powstanie firmy Parker Pen Company datuje się na rok 1888. Obecnie marka Parker należy do dużego amerykańskiego koncernu Sanford.

Parker nieustannie wprowadza innowacje i nowoczesne rozwiązania do swoich niezawodnych piór i długopisów.



Długopisy marki Parker

- Jotter
- Jotter Premium
- Vector
- Vector Standard
- Parker IM
- Parker IM
Premium
- Urban Classic
- Urban Fashion
- Urban Premium
- Sonnet
- Sonnet Original
- Premier
- Duofold



1900 – 1915 - Parker Snake Pen



1921 – Parker Duofold



1941 – Parker 51

Długopis Parker Jotter



Marka TOMA jest polską marką o światowej jakości, dzięki czemu podbiła rynek piśmienniczy.

Długopis SuperFine w gwiazdki stał się jednym z najbardziej rozpoznawalnych długopisów w kraju i znaleźć go można w prawie każdym sklepie.



Długopisy marki TOMA

- SUPERFINE
- Automatyczny SUPRFINE
- JEANS
- MISS
- MEDIUM
- TO – 816
- STUDENT
- PRYMUS
- ASYSTENT
- REPORTER
- Super Roller NOKTURN
- A'graff
- Mastership
- Technical
- Długopisy o zapachu róży
- Długopis wymazywalny Wiper 087
- Roller
- SOFT
- Duet 2 w 1
- Sunny
- Butter



Cykl życia produktu i polityka asortymentowa

- W związku z postępem technologicznym cykl życia zwykłego długopisu skraca się, natomiast długopisy bardziej „zaawansowane” mają dłuższy cykl życia.
- Zastępowanie starych produktów następuje w sposób stopniowy.
- Niskie bariery wejścia na rynek.
- W ofercie producentów długopisów często pojawiają się także inne produkty biurowe.

Dziękujemy za uwagę!

Joanna Sochacka

Julia Slutskaya

Justyna Walczak