

Kamery sportowe



Plan prezentacji

- ◉ Czym jest kamera sportowa
- ◉ Przeznaczenie kamer sportowych
- ◉ Segmenty klientów
- ◉ Geneza
- ◉ Poziomy produktu
- ◉ Marki na rynku
- ◉ Cykl życia
- ◉ Działania marketingowe

Kamera sportowa a konwencjonalna

- ◉ Mniejsze rozmiary
- ◉ Szerokokątny obiektyw
- ◉ Zwiększona wytrzymałość
- ◉ Słabsza optyka
- ◉ Krótszy czas pracy



Przeznaczenie

- Filmowanie 1st, 2nd i 3rd person sportów ekstremalnych
- Filmowanie przy trudnych warunkach
- Rejestrator jazdy
- Inne...



Segmenty

- ◉ Zawodowi sportowcy
- ◉ Amatorzy sportów ekstremalnych
- ◉ Kierowcy samochodów
- ◉ Osoby potrzebujące uniwersalnej kamery
- ◉ Odbiorcy masowi



Geneza

Kamera analogowa



Geneza

Kamera konwencjonalna



Kamera i aparat cyfrowy



Geneza

Kamera konwencjonalna



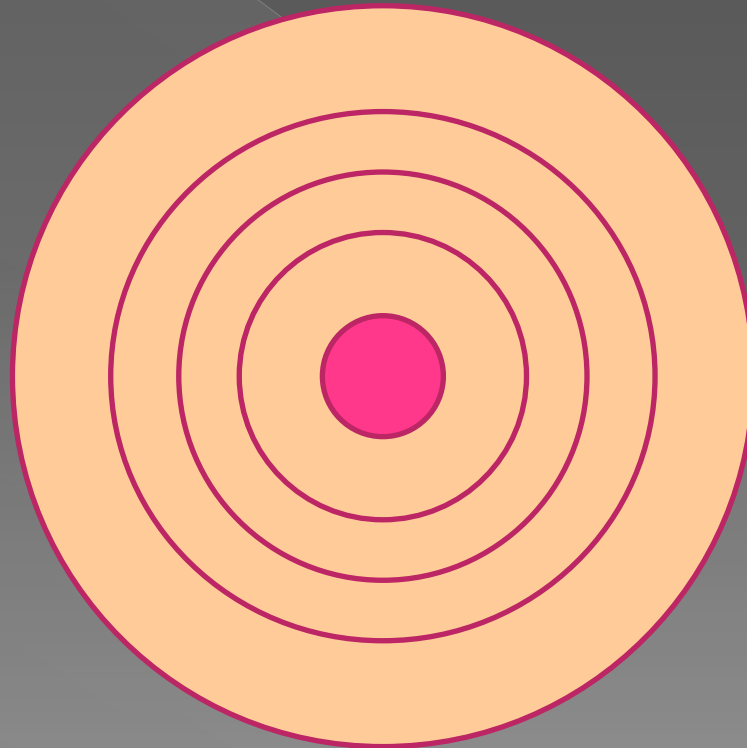
Kamera cyfrowa



Kamera sportowa

Rdzeń produktu

- ◉ Możliwość kręcenia filmów
- ◉ Kompaktowy rozmiar



Produkt podstawowy

- Wysoka rozdzielczość
- Bardziej szerokokątny obiektyw
- Wodoodporna obudowa



Produkt oczekiwany

- Akcesoria montażowe
- Wysoka wytrzymałość na uszkodzenia
- Lepsze klatkowanie filmów
- Możliwość robienia zdjęć
- Stabilizacja obrazu



Produkt rozszerzony

- ◉ Obsługa z poziomu smartfona
- ◉ Połączenie z dronem
- ◉ Automatyka obsługi kamery
- ◉ Software

GoPro App

Connect. View. Control.



Produkt potencjalny

- ◉ Rozdzielczość 4k, 8k, 'n'k...
- ◉ Lepsza jakość filmów i zdjęć
- ◉ Drony śledzące
- ◉ Przedłużona żywotność baterii
- ◉ Wyższe klasy wodoodporności



Dostępne produkty

- GoPro Hero



- Udające GoPro



- Inne konstrukcje



Go Pro

GoPro
Be a *HERO*.

- Rok założenia: 2002
- Kraj pochodzenia: USA
- Produkty: HERO line



SJ-Cam

SJCAM

Be Yourself...

- Rok założenia: 2008
- Kraj pochodzenia: USA, Chiny
- Produkty: 1000, 2000, 3000, 4000, 5000, M line



Sony

SONY[®]
make.believe

- Rok założenia: 1946
- Kraj pochodzenia: Japonia
- Produkty: Action Cam



Drift Innovations

- Rok założenia: 2006
- Kraj pochodzenia: Wielka Brytania
- Produkty: Ghost line



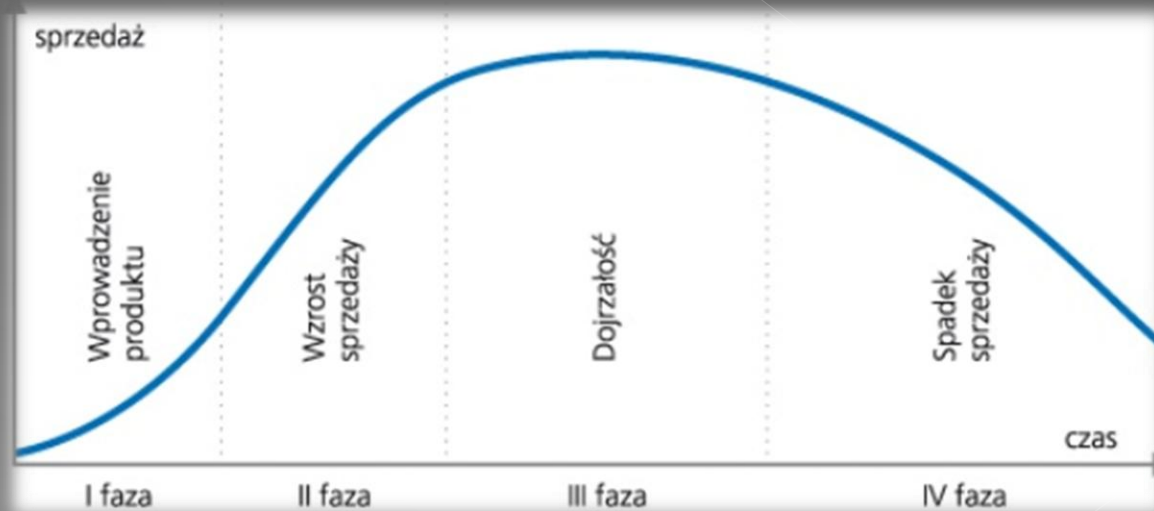
„Made in china”

- Podróbki istniejących produktów bez (lub czasem z) logami marek



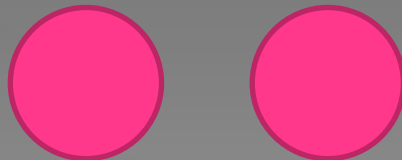
Cykl życia

- Nowe generacje 1-2 lat
- Odświeżanie serii
- Stare generacje atrakcyjne dla klientów budżetowych



Działania marketingowe

- ◉ Sponsoring
- ◉ Organizacja eventów
- ◉ Endorsment
- ◉ Viral marketing
- ◉ Marketing szeptany



Dziękujemy za uwagę

Prezentację przygotowali:

Tomasz Ligeza

Piotr Jaromin

Krzysztof Kudlik

