

ŻELAZKO



Praca zaliczeniowa
z przedmiotu
Strategie produktu
Zarządzanie marką

BOJDA Magdalena
HABERA Ewelina
STRAMA (Świetlak) Karolina
ZMARZŁY Gabriela

II rok studia niestacjonarne
Kierunek: Marketing i komunikacja rynkowa

SPIS PREZENTACJI

❖ PREZENTACJA PRODUKTU:

- Charakterystyka
- Historia
- Analiza marketingowa
- Segmenty konsumentów
- Podstawowe wersje żelazek dostępne na rynku
- Proces różnicowania żelazek
- Cykl życia żelazka
- Polityka asortymentowa

❖ PREZENTACJA MAREK



❖ DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek

CHARAKTERYSTYKA PRODUKTU

PRZEZNACZENIE

PRASOWANIE, czyli wygładzania tkaniny za pomocą wysokiej temperatury i nacisku.

Prasowanie działa, gdyż pod wpływem temperatury rozluźniają się więzy w cząsteczkach polimerów tworzących włókna tkaniny. Kiedy włókna są gorące, rozprostowują się pod naciskiem żelazka i zachowują kształt po ochłodzeniu. Niektóre tkaniny jak np. bawełna wymagają też zastosowania wody.

ZASTOSOWANIE

Prasowanie tkanin, odzieży.

SPOSÓB WYKORZYSTANIA

Żelazko wykorzystywane jest w gospodarstwach domowych. W przemyśle stosuje się żelazka parowe lub elektryczno -parowe z termoregulatorem.

HISTORIA PRODUKTU

IV w. p.n.e.

siła nacisku

VIII w.

temperatura
żelazka
stała się
ważniejsza
od siły
nacisku

- ❑ GRECJA – żelazko przypomina nagrzaną wólkę, służy do rozprasowywania plis
- ❑ RZYM – młotkowanie tkaniny poprzez specjalny metalowy młotek, który wygładza tkaniny poprzez intensywne w nią uderzanie

Zajęcia te wymagały dużej siły i czasu, dlatego też odpowiedzialni za nie byli specjaliści niewolnicy

- ❑ CHINY – miedziane rondle z rozpalonymi węglami drzewnymi w środku do przyciskania do rozciągniętej tkaniny
- ❑ WIKINGOWIE – kształt odwróconego grzyba, którego wprowadzono w ruch na zwilżonej tkaninie

HISTORIA PRODUKTU

XVIIIw.

- EUROPA – jednostronnie wygładzony blok metalu 1-2 cm (żelaza - stąd nazwa), z uchwytem ze skręconego pręta później drewna ze względu na nagrzewanie

Po nagraniu, np. na płycie pieca, w ogniu, bezwładność cieplna tego bloku pozwalała na utrzymanie przez kilka minut temperatury dostatecznie wysokiej, aby prasowanie było skuteczne. Po ostygnięciu żelazko trzeba było ponownie podgrzać przez postawienie na piecu.

Kształt żelazka przypomina stopę, z trójkątnie zakończonym czubem z jednej strony i z płaską krawędzią od strony „pięty”; kształt ten upowszechnił się także w następnych, nowocześniejszych konstrukcjach ze względu na wygodę prasowania.



HISTORIA PRODUKTU

1870 r.

- Stany Zjednoczone – opatentowano nawet odpinany uchwyt □ po jego zdemontowaniu żelazko mogło się rozgrzewać na piecu do góry nogami, dzięki czemu nie brudziła się powierzchnia prasująca


1882 r.

- Nowy Jork – pierwsze żelazko elektryczne – Henry Seeley

Autor umieścił wewnątrz elektrycznie podgrzewaną spiralę o mocy kilkuset watów. Urządzenie to jednak nie od razu się rozpowszechniło. Żelazko wciąż było bardzo ciężkie (wazyło koło 7 kg). Podstawowym jednak problemem była ograniczona jeszcze dostępność prądu.

HISTORIA PRODUKTU

XX w.

- Żelazka elektryczne zaczęły upowszechniać się w gospodarstwach domowych dopiero w okresie międzywojennym.
- Były one ciągle udoskonalane. Najpierw pojawił się termostat utrzymujący temperaturę na pożądanym poziomie.
- W 1926 r. firma Eldec wyprodukowała pierwsze żelazko z nawilżaczem (początkowo posiadało ono tylko jedną dziurkę, z której wydobywała się para).
- W użyciu wciąż jednak pozostawały starsze modele  Polsce żelazka na węgiel drzewny produkowane były aż do 1974 r., w hucie Batory w Chorzowie.

HISTORIA PRODUKTU

XX w.

- Formą dużego przemysłowego żelazka był magiel



Magiel

Magiel nowoczesny



ANALIZA MARKETINGOWA

RDZEŃ PRODUKTU

zaspokojenie
potrzeby
wyprasowania
tkanin/odzieży

PRODUKT RZECZYWISTY

żelazko odpowiedniej
jakości, wykonane z
solidnych materiałów,
z odpowiednią ilością
opcji styli prasowania

PRODUKT OCZEKIWANY

trwałość produktu,
wygoda użytkowania,
zgodność z opisem,
osiągnięcie przez
użytkownika
odpowiedniego efektu

PRODUKT POSZERZONY

gwarancja, możliwość
dokupienia produktów
uzupełniających,
dostępność różnych form
dostawy, serwis
posprzedażowy

PRODUKT POTENCJALNY

innowacje, nowe wersje
produktu, dodatkowe
funkcje, zwiększenie
bezpieczeństwa,
ekonomiczności

SEGMENTY KONSUMENTÓW

GOSPODARSTWA DOMOWE

1. każdy;
2. osoba dbająca o wygląd zewnętrzny, schludna, lubiąca czystość, dbająca o członków rodziny;
3. osoba zawodowo zobligowana do nienagannego wyglądu i ubioru, korzystająca z profesjonalnego urzędzenia;

PRZEMYSŁ

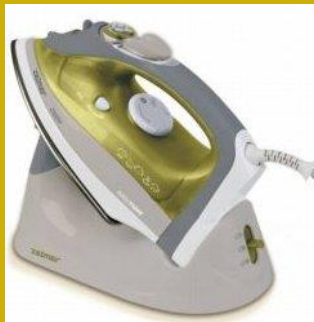
1. przedsiębiorstwa z branży tekstylnej;
2. zakłady krawieckie;
3. outlety odzieżowe;
4. projektanci mody;



PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

PODZIAŁ ŻELAZEK ZE WZGLĘDU NA POŁĄCZENIE DO SIECI ELEKTRYCZNEJ

PRZEWODOWE



- Żelazko w czasie pracy jest połączone do gniazdka elektrycznego
- Stała temperatura
- Przewód ograniczający zasięg prasowania
- Długość przewodu : 1,5-3 metry

BEZPRZEWODOWE



- Coraz częściej spotykane
- Dodatkowa funkcja pracy przy odłączonym zasilaczu
- Żelazko należy regularnie odkładać na stopę aby uniknąć spadku temperatury

PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

PODZIAŁ ŻELAZEK ZE WZGLĘD NA SPOSÓB PRASOWANIA

TRADYCYJNE (SUCHE)

- Kiedyś bardzo popularne obecnie rzadko spotykane
- Proste żelazko ze stopką aluminiowa i pokrętłem do regulacji temperatury
- Długo się nagrzewa i długo stygnie
- Brak funkcji zwilżania ubrań czy wytwarzania pary
- Tylko typ przewodowy

PAROWE

- Wytwarza parę podczas prasowania
- Para powstaje z wody wlewanej do zbiornika i wydobywa się przez otwory w stopie
- Opcja chwilowego uderzenia pary (do 200g/min) oraz ciągłego strumienia pary (do 40 g/min)

TURYSTYCZNE

- Niewielkie i lekkie urządzenie waga do 1 kg
- Mały pojemnik na wodę (10-15 ml)
- Mniejsza moc niż tradycyjne żelazko parowe (do 1000W)
- Składana rączka w większości modeli

SYSTEMOWE (Z ZEWNĘTRZNĄ WYTWORNICĄ PARY)

- Żelazko posiada tzw. stację pary –oddzielny, najczęściej litrowy pojemnik na wodę
- W pojemniku wytwarza się para, która jest przekazywana za pomocą przewodu do żelazka
- Poziom pary jest ciągły i na tyle wysoki że wystarczy wyprasować ubrania tylko po jednej stronie
- Żelazka o najwyższej ilości pary wydobywającej się w sposób ciągły (nawet do 150 g/min)
- Duży pojemnik na wodę
- Niewielki ciężar (lżejszy od żelazka parowego)

PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

PARAMETRY ŻELAZEK – STOPA (Część żelazka, która przesuwa się po tkaninie)

STOPA MUSI:

- być odporna na zarysowania
- nie wyświecać materiału
- mieć prawidłowo rozłożone otwory
- być zwężana z przodu

Dostępna na rynku żelazka ze stopą wielokierunkową (np. Bosh Sensor Secuer), która pozwala prasowanie we wszystkich kierunkach

TRWAŁOŚĆ STOPY UZALEŻNIONA JEST OD MATERIAŁU

- Każda stopa budowana jest ze stali szlachetnej
- Różnorodny materiał wykończeniowy (teflon, aluminium, stal, emalia, ceramika, szafir)



PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

PARAMETRY ŻELAZEK – ILOŚĆ WYTWARZANEJ PARY

Parametr określa ile pary na stałym poziomie wytwarza żelazko w ciągu 1 minuty

- najmniej pary wytwarzają **żelazka parowe bezprzewodowe i turystyczne** (15 – 35 g/min.)
- najwięcej – **żelazka parowe z zewnętrzną wytwornicą pary** (od 50 do 150 g/min).

Ilość wytwarzanej pary związana jest bezpośrednio z wydajnością żelazka

- im wyższy poziom pary, tym efektywniejsze i łatwiejsze prasowanie mocno pogniecionych ubrań
- jeśli poziom pary jest wyższy niż 50 g/min., wtedy wystarczy wyprasować ubrania tylko po jednej stronie.



PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

PARAMETRY ŻELAZEK – MOC

Decyduje o tym, jak szybko nagrzej się stopa i tym samym żelazko będzie gotowe do prasowania.

Im wyższa moc, tym szybciej nagrzane żelazko

Moc żelazek: od 350 W (turystyczne) do 3000 W (z wbudowanym generatorem pary)



PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

DODATKOWE FUNKCJE

Funkcja samooczyszczania (Self-Clean)

- Polega na udrożnianiu znajdujących się w stopie otworów parowych poprzez wyrzucanie pary i wraz z zanieczyszczeniami pod wpływem ciśnienia.

Funkcja strażak, czyli automatyczne wyłączenie żelazka (Auto-Shut off)

- Nieużywane żelazko wyłączy się automatycznie np. po 30 sekundach w pozycji leżącej lub po kilku minutach w pozycji leżącej.

Regulacja strumienia pary

- Pozwala dostosować poziom pary do zagniecenia ubrań (bez względu na temperaturę prasowania).

Funkcja uderzenia pary

- Jednorazowy (i chwilowy) silny strumień, który może być nawet kilkakrotnie wyższy niż ilość pary wytwarzana przez minutę. Idealnie poradzi sobie z bardzo mocno wgniecionymi fragmentami tkaniny.



PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

DODATKOWE FUNKCJE

Funkcja uderzenia pary w pionie

- Jednorazowy silny strumień, który może być prawie trzykrotnie wyższy niż ilość pary wytwarzana przez minutę. Doskonale poradzi sobie z bardzo mocno wgniecionymi fragmentami tkaniny, która nie została zdjęta np. z karnisza czy wieszaka.

Prasowanie na mokro i sucho

- Możliwość wyłączenia pary i prasowania tak jak w tradycyjnym żelazku (prasowanie na sucho). Prasowanie na mokro oznacza prasowanie przy użyciu pary wodnej.

Zimna stopa

- Stopa jest minimalnie rozgrzana, prasuje się samą parą wodną. Tej funkcji można używać do materiałów, które nie najlepiej znoszą kontakt z temperaturą (jako przykład producenci podają rajstopy).

Samoczynne podnoszenie

- Kiedy nie prasujesz, żelazko automatycznie podniesie się (tak jakby postawi na widełki), a w chwili, gdy po nie sięgniesz, widełki automatycznie się schowają (np. Ariete, Unold).



PODSTAWOWE WERSJE PRODUKTU DOSTĘPNE NA RYNKU

CENY

RODZAJ ŻELAZKA	CENA W PLN
PAROWE	30 – 1100
TURYSTYCZNE	28 - 250
Z GENERATOREM PARY	60 - 2500
TRADYCYJNE	OD 70

Średnia cena 20
najpopularniejszych
żelazek:
466 zł



PROCES RÓŻNICOWANIA

- Cechy produktu,
- Parametry użytkowe
- Zgodność ze standardem
- Trwałość
- niezawodność
- Styl

- Dostawa
- Instalacja
- Szkolenie odbiorcy
- Usługi konsultingowe
- Naprawa
- gwarancje

Różnicowanie
produktu

Różnicowanie
usług

Proces
różnicowania

Różnicowanie
ze względu
na personel

Różnicowanie
poprzez
budowę
wizerunku

- Zatrudnianie i szkolenie
najlepszych pracowników

- Budowanie tożsamości
- Określenie wizerunku
- Symbole
- Drukowane i audiowizualne środki
przekazu
- wydarzenia

PROCES RÓŻNICOWANIA

RÓŻNICOWANIE PRODUKTU



Żelazka
parowe

Żelazka
beprzewodowe



Dostosowanie do różnych
potrzeb i wymagań
klientów
(w zależności od częstotliwości
użytkowania produktu)

**Różne typy
żelazek**

Żelazka
turystyczne

Żelazka
systemowe



PROCES RÓŻNICOWANIA

RÓŻNICOWANIE PRODUKTU



Najważniejszą cechą stopy jest odporność na zarysowania



Bazą stopy jest zawsze **alumiowa płyta**, ale nie jest odporna na zarysowania i przylega do tkanin.

Bardzo twarde powłoki wykonane są ze stopów różnych metali, granitu lub szafiru.

W większości żelazek na płytę jest nałożona powłoka wykonana z innego materiału: **ceramiczna, stalowa, teflonowa lub szafirowa**

Niższą odporność na zarysowania mają stopy stalowe oraz teflonowe, które z kolei są odporne na przywieranie do tkanin

Rodzaje stopy żelazka

Stopa, czyli element, który nagrzewa się i styka się z prasowanym materiałem. Największe znaczenie ma materiał, z którego wykonana jest jej powierzchnia

PROCES RÓŻNICOWANIA

RÓŻNICOWANIE PRODUKTU

W żelazkach parowych i bezprzewodowych zakres wytwarzania pary kształtuje się w przedziale **od 2 do 50 gramów pary na minutę..**

Im większa zdolność wytwarzania pary, tym skuteczniejsze i łatwiejsze jest prasowanie..
Żelazka systemowe pozwalają na wytworzenie **od 70 do 80 gramów pary na minutę**

Stopień wytwarzania pary wodnej

Parametr ten określa ilość pary (mierzonej w gramach), która jest stale uzyskiwana w ciągu minuty podczas prasowania.

Dodatkowe funkcje:

- regulacja strumienia pary
- dodatkowe uderzenie pary

Dodatkowe funkcje:

- pionowy wyrzut pary
- System antywapienny

Używanie pary daje lepszy efekt oraz przyspiesza prasowanie, dlatego jest ważną cechą która odróżnia od siebie różne modele żelazek



PROCES RÓŻNICOWANIA

RÓŻNICOWANIE PRODUKTU

Im mniejsza moc, tym czas prasowania jest dłuższy.

Żelazko nagrzewa się do maksymalnej temperatury przy mocy od **2200 do 2400 W**

Moc żelazka nie ma wpływu na osiągnięte zakresy temperatur.

Moc żelazka i zakres temperatur

Żelazko o wysokiej mocy szybko reaguje też na zmiany zmniejszenie temperatury, a także skuteczniej wytwarza parę.

Wysokość temperatury oznaczana jest kropkami. Im jest ich więcej, tym temperatura prasowania jest wyższa.

Temperatura regulowana jest przez termostat za pomocą pokrętła, suwaka, lub elektronicznie.

Moc żelazka decyduje o szybkości nagrzewania się urządzenia. Im większa moc, tym szybciej żelazko osiągnie wybraną temperaturę

PROCES RÓŻNICOWANIA RÓŻNICOWANIE PRODUKTU

Spryskiwacz

umożliwia zmochenie tkaniny strumieniem rozpylonej wody.

Blokada kapania,

zapobiega przed wyciekaniem wody z kanalików parowych podczas prasowania w niskiej temperaturze.

Szeroki otwór wlewowy

Dodatkowe funkcje żelazka



Funkcja automatycznego wyłączenia żelazka

Funkcja

samooczyszczania

pozwała udroźnić kanalki parowe w których zbiera się osad z wody.

Antypoślizgowa

powierzchnia oparcia żelazka

Antypoślizgowy uchwyt

PROCES RÓŻNICOWANIA

Różnicowanie usług

- Dodatkowy okres gwarancji
- Serwis dostępny 24 h/dobę (telefoniczny kontakt)
- Usługi konsultingowe dot. obsługi produktu

Różnicowanie ze względu na personel

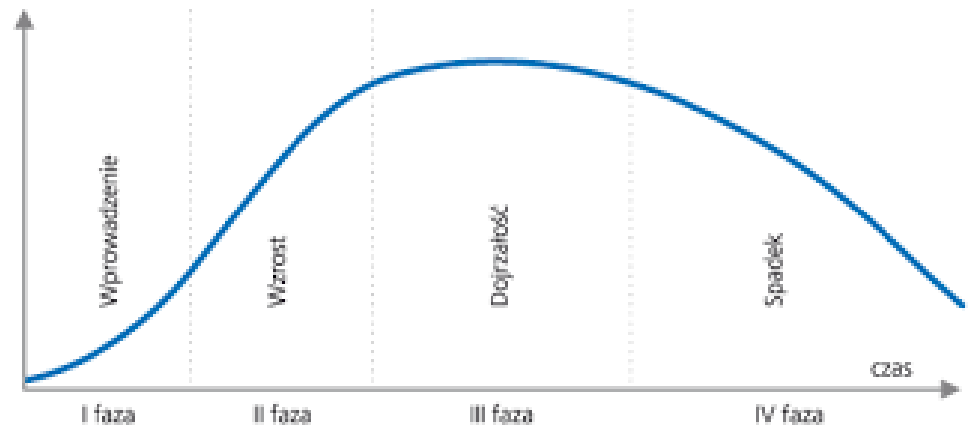
Zatrudnianie wykwalifikowanego personelu
(dającego możliwość dalszego rozwoju technologicznego)

Różnicowanie poprzez budowę wizerunku

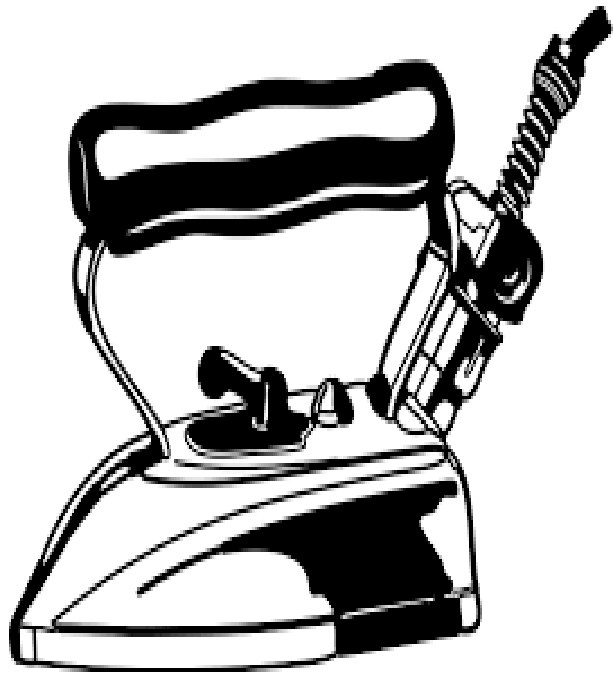
- Budowanie tożsamości
- Pozyskiwanie lojalności klientów
- wskazywanie na przyjazny stosunek do środowiska naturalnego
- wiarygodna polityka kosztowo-cenowa

CYKL ŻYCIA PRODUKTÓW

- **Faza 1:** kreowanie świadomości osób zainteresowanych kupnem nowego żelazka, najczęściej oferowany model o podstawowej wersji
- Faza 2:** wzrost sprzedaży nowego modelu żelazka – maksymalne zajęcie rynku przez dany model i wprowadzanie udoskonaleń danego modelu (zwiększenie ilości wersji produktowych)
- Faza 3:** dojrzałość rynkowa – maksymalizacja zysków ze sprzedaży modelu żelazka
- Faza 4:** spadek sprzedaży żelazka- redukcja wydatków na produkowanie starych modeli oraz wycofywanie słabych wersji danego modelu



CYKL ŻYCIA PRODUKTÓW



- w dużej mierze zależy od producenta
- żelazko parowe: około roku
- żelazka z generatorem pary: około dwóch lat
- parownica: od 2 do 3

CYKL ŻYCIA PRODUKTÓW

- klasyczne żelazko parowe powoli zastępowane jest przez żelazka z generatorem pary lub parownicy
- cykl życia żelazka z generatorem pary i parownicy wydłuża się
- maleje za to cykl życia żelazka parowego



CYKL ŻYCIA PRODUKTÓW

Zmienia się sposób wyboru klasycznego żelazka parowego (pojawiają się coraz to lepsze modele żelazek, każdy z nich jest inny i niesie za sobą inne udogodnienia -np. rodzaj stopy czy wielkość uderzenia pary).



WPROWADZANIE PRODUKTU NA RYNEK

Etapy wprowadzania żelazek na rynek:

1. **Korzyści dla potencjalnych klientów** – unowocześnienie stopy, większa moc podajnika pary
2. **Potrzeby klientów** – czy klienci będą potrzebować tego co stworzyliśmy?
3. **Określenie rynku docelowego** – matki, osoby o wyższych zarobkach
4. **Zbadanie konkurencji** – czy inna firma wprowadziła podobny produkt na rynek i jak się sprzedaje?

WPROWADZANIE PRODUKTU NA RYNEK

W trakcie wprowadzania żelazek na rynek trzeba zająć się również marketingiem. Firma Phillips wykorzystuje w tym celu reklamę telewizyjną i radiową a także blogerów/vlogerów, którzy testują urządzenie i wyrażają o nim swoją opinie w Internecie.



POLITYKA ASORTYMENTOWA

Jest ważnym elementem przy wprowadzaniu na rynek nowych modeli żelazek

Wpływa na wypracowanie przewagi konkurencyjnej firmy

Prawidłowy dobór asortymentu może świadczyć o poziomie firmy produkującej żelazka

POLITYKA ASORTYMENTOWA



Firma Phillips wprowadza swoje nowe produkty bardzo często. Produkty są dobierane w takim sposób, aby każdy z nich odpowiednio kojarzył się z firmą oraz jej prestiżem. Firma ta dba o dobór odpowiedniego asortymentu i wraz ze spadkiem sprzedaży danego modelu ściąga go z rynku

POLITYKA ASORTYMENTOWA

Najczęściej wybierane firmy w Polsce zajmujące się produkcją żelazek wybierają strategie:

poszerzania
asortymentu

pogłębiania
asortymentu

innowacje
asortymentowe

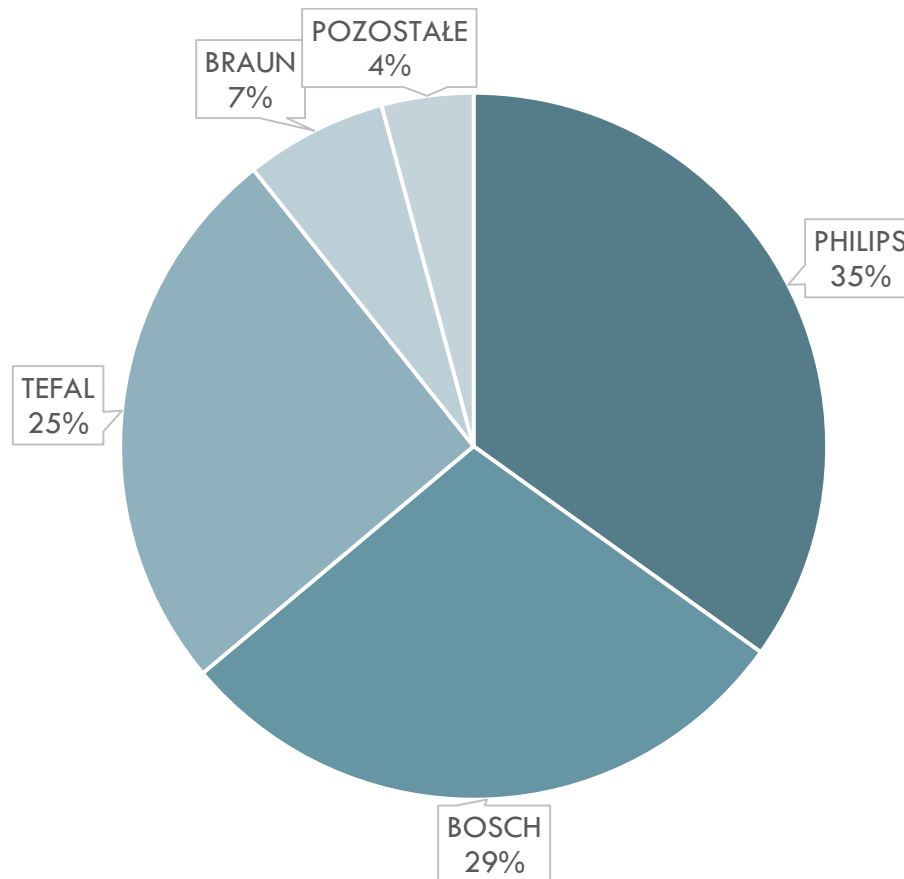
uporządkowanie
asortymentu

PORÓWNANIE CECH 3 NAJPOPULARNIEJSZYCH ŻELAZEK W 2016 ROKU

Nazwa	Philips GC4522 Azur Performer Plus	Philips GC4521 Azur Performer Plus	Bosch TDI903231A
			
Producent	Philips	Philips	Bosch
Rodzaj	parowe	parowe	
Moc	2600 W	2600 W	3450 W
Sposób regulacji	pokrętło	pokrętło	pokrętło, przyciski
Wytwarzanie pary	do 50 g/min	do 50 g/min	do 65 g/min
Stopa	ceramiczna	ceramiczna	ceramiczna
Uderzenie pary	210 g/min	200 g/min	200 g/min
Długość przewodu	2 m	2 m	2,5 m
Zbiornik na wodę	300 ml	200 ml	
Funkcja strażaka	Funkcja strażaka	Funkcja strażaka	
Funkcja samoczyszczenia	Samoczyszczenie	Samoczyszczenie	Samoczyszczenie
Prasowanie w pionie	tak	tak	tak
Średnia cena	337 zł	294 zł	400 zł

ROLA MARKI W OFERCIE PRODUKTÓW DANEGO RODZAJU

Udział w ilości ofert sprzedaży żelazek wśród najpopularniejszych produktów w 2016 roku



PORÓWNANIE MAREK – PHILIPS (Royal Philips Electronics)



1981 - DATA ZAŁOŻENIA

HOLANDIA - PAŃSTWO POCHODZENIA

PRODUCENT ELEKTRONIKI UŻYTKOWEJ

PIERWSZY PRODUKT - ŻARÓWKA

FABRYKI W POLSCE

- PIŁA, PABIANICE, KĘDZIERZYN, BIELSKO-BIAŁA

OBSZARY DZIAŁALNOŚCI:

- OŚWIETLENIE, SYSTEMY MEDYCZNE, ELEKTRONIKA UŻYTKOWA, DROBNY SPRZĘT GOSPODARSTWA DOMOWEGO

PORÓWNIANIE MAREK – PHILIPS

„W naszej pracy skupiamy się na poprawie jakości życia ludzi poprzez wprowadzanie znaczących innowacji w dziedzinach opieki medycznej, produktów konsumenckich oraz oświetlenia.”

PHILIPS: LIDER W DZIEDZINIE:

OPIEKI KARDIOLOGICZNEJ

DOMOWEJ OPIEKI MEDYCZNEJ ORAZ OPIEKI W NAGŁYCH PRZYPADKACH

ENERGOOSZCZĘDNYCH I NOWOCZESNYCH ROZWIĄZAŃ OŚWIETLENIOWYCH

PRODUKTÓW DO GOLENIA I PIELĘGNACJI DLA MĘŻCZYŹN

PRODUKTÓW DO HIGIENY JAMY USTNEJ

PHILIPS

INNOWACJE

115 tys. patentów do 2005 roku niemal w każdej dziedzinie technologii

11 laboratoriów i centrów badawczych na całym świecie zatrudniających ponad 3 tysiące naukowców

ROK 2015 – 1,9 BILIONA EURO PRZEZNACZONE NA DZIAŁALNOŚĆ BADAWCZO-ROZWOJOWĄ

Około 8% rocznej sprzedaży przeznaczone na badania

W 2015 ROKU UZYSKANIE 27000 PRAW PATENTOWYCH

HIGH TECH CAMPUS – jedno z najnowocześniejszych na świecie miasteczko naukowo badawcze



PORÓWNIANIE MAREK – PHILIPS

MARKA PHILIPS – PROMOCJA – „TECHNOLOGIA MA BYĆ TAK PROSTA JAK JEJ OPAKOWANIE”

1990 wprowadzono przyrzeczenie marki „LET’S MAKE THINGS BETTER”
(ODKRYJMY LEPSZY ŚWIAT)

2004 – przełom w identyfikacji marki poprzez nowe pozycjonowanie
„SENCE AND SIMPLICITY”

Kampania reklamowa – warta 160 mln euro

Kampania prowadzona w USA, Holandii, Niemczech, Włoszech, Wielkiej Brytanii, Francji i Chinach a później w Indiach, Rosji, Hiszpanii i Brazylii

Grupa docelowa w kampanii składała się z 20% osób które dokonują 80% zakupów. Dobrze zarabiające osoby szczebla decyzyjnego w wieku 35-55 lat, którzy są zniechęceni otaczającą ich skomplikowaną technologią

PHILIPS: PODSUMOWANIE SPRZEDAŻY W 2015 ROKU

SPRZEDAŻ: 24,2 MLD
EURO

70 % SPRZEDAŻ W
RELACJACH BUSINESS TO
BUSINESS

OKOŁO 104 000
ZATRUDNIONYCH OSÓB

SPRZEDAŻ W DZIEDZINIE
ARTYKUŁÓW
CODZIENNEGO UŻYTKU
– 5,3 MLD EURO

UDZIAŁ SPRZEDAŻY WEDŁUG OBSZARÓW DZIAŁALNOŚCI

Businesses^{1, 2}

Healthcare



46%

Consumer
Lifestyle



23%

Lighting



31%

UDZIAŁ SPRZEDAŻY W OBSZARZE ARTYKUŁÓW CODZINNEGO UŻYTKU

Businesses^{1, 2}

Personal
Care



33%

Health &
Wellness



24%

Domestic
Appliances



42%

PHILIPS: NOWE LINIE PRODUKTOWE

PERFECT CARE ELITE – ŻELAZKO Z GENERATOREM PARY



Duży, odłączany zbiornik wody z możliwością szybkiego napełniania



Oszczędność energii dzięki trybowi ECO



Funkcja prasowania różnych tkanin bez zmiany temperatury



Skuteczne zabezpieczenie na czas przenoszenia



Prosty i wydajny system usuwania kamienia



Automatyczne wyłączenie zapewniające bezpieczeństwo i oszczędność energii



Silny strumień pary zapewniający skuteczne usuwanie zagnieceń



Lekkość i wygodne manewrowanie



Prasowanie bez ryzyka przypalenia oraz możliwość pozostawienia gorącego żelazka bezpośrednio na desce do prasowania — bez żadnych zniszczeń.



PHILIPS: NOWE LINIE PRODUKTOWE

AZUR PRO – ŻELAZKO PAROWE



Moc 3000 W — szybkie nagrzewanie i duża wydajność



Strumień pary do 50 g/min ułatwiający skuteczne rozprasowywanie zagnieceń



Silne uderzenie pary do 220 g — rozprasowywanie najbardziej opornych zagnieceń



Wygodny uchwyt ułatwiający obsługę żelazka podczas prasowania



T-ionicGlide: nasza najlepsza, 5-gwiazdkowa stopa



Dzięki bardzo dużemu zbiornikowi (350 ml) wody starcza na dłużej



Żelazko pozostawione bez nadzoru wyłącza się automatycznie



Funkcja Quick Calc Release pozwala usunąć kamień ze steamera



Spiczasta końcówka ułatwia prasowanie trudno dostępnych miejsc



Żelazko pozostawione bez nadzoru wyłącza się automatycznie

PHILIPS: NOWE LINIE PRODUKTOWE

STREAM&GO ręczny streamer do ubrań (parownica do ubrań)



Prasowanie bez
rozkładania deski



Automatyczny ciągły
strumień pary dzięki
pompce elektrycznej



Szczotka zapewnia
wygładzenie tkaniny



Odłączany zbiornik
wody ułatwia
napełnianie



Ergonomiczna budowa
umożliwia wygodną
obsługę



Para zabija do 99,9%
bakterii



Krótki czas
nagrzewania



Usuwa zapachy
papierosów, jedzenia
i ciała



BOSCH

1886 – ROK ZAŁOŻENIA

NIEMCY – KRAJ POCODZENIA

W POLSCE OD 1992 ROKU

DZIAŁALNOŚĆ DGUPY BOSH: TECHNIKA MOTORYZACYJNA, TECHNIKA PRZEMYSŁOWA, DOBRA UŻYTKOWE ITECHNICZNE WYPOSAŻENIE BUDUNKÓW

JEDNO Z NAJBARDZIEJ INNOWACYJNYCH ORZEDSIĘBIORSTW NA ŚWIECIE, MARKA BOSH SYMBOLEM NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI I NIEZAWODNOŚCI

PRODUKCJA JEDNYCH Z NAJBARDZIEJ ENERGOOSZCZĘDNYCH URZĄDZEŃ NA RYNKU

LIDER NA RYNKU AGD

BOSCH

Technologia bliżej nas





BOSCH: NOWE LINIE PRODUKTOWE



EDITION ROSSO – STACJA PARY



i-Temp Advanced:
automatyczny poziom
temperatury oraz pary
idealny dla wszystkich
rodzajów tkanin



**UltimateSteam 270: 3
pulsacyjne uderzenia
pary do 270 g**



AntiShine
Zapobiega powstawaniu
wybłyszczeń i
przywieraniu stopy do
tkanin. Zapewnia
bezpieczne prasowanie
jedwabiu, syntetyków,
wełny oraz odzieży z
nadrukami.



CeraniumGlissée
Perfekcyjnie wygładza
materiał, a innowacyjny
rozkład otworów i
kanalików
rozprowadzających parę
zapewnia niesamowitą
gładkość..

EDITION ROSSO – ŻELAZKO



Uderzenie pary: 200gozprawi się z
każdym zagnieceniem – dla szybkich
i perfekcyjnych rezultatów



Potęga dużej mocy – do 3000 W
Duża moc 3000 W sprawia, że
żelazko
bardzo szybko jest gotowe do użycia



AdvancedSteam System
Stopa ceramiczna z trzema strefami
kanałów parowych: idealna
dystrybucja pary i znakomite
właściwości ślizgowe.

TEFAL

Tefal
Żyj z pomysłem

1965 – DATA ZAŁOŻENIA

FRANCJA – KRAJ POCHODZENIA

PRODUCENT GANNKÓW, PATELNI I DROBNEGO SPRZETU AGD

NAZWA POCHODZI OD SŁÓW TEFLON I ALUMINIUM

MISJA: udostępnianie produktów i usług, które pozwalają przygotować smaczne, zróżnicowane i zdrowe posiłki oraz wykonywać pożyteczne codzienne czynności z myślą o sobie, swoich bliskich i przyjaciółach.

TEFAL: NOWE LINIE PRODUKTOWE

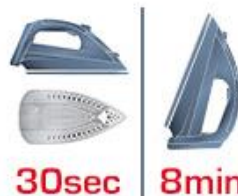
TEFAL EASYGLISS



Stopa w technologii Durilium - niezrównany ślizg po tkaninie dla szybkiego i łatwego prasowania



Doskonała odporność na zarysowania



Funkcja automatycznego wyłączenia zwiększająca bezpieczeństwo



130g/min
Wyrzut pary 130g umożliwiający łatwe usunięcie zagnieć



Prasowanie z użyciem końcówki precyzyjnej



System zapobiegający kapaniu wody likwidujący ryzyko poplamienia ubrań



Brak ryzyka pozostania uporczywych zagnieć dzięki optymalnej dyfuzji.



DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek



INTERNET MARKETING

ATL – reklama przy wykorzystaniu środków masowego przekazu

BTL - działania reklamowe skierowane do konkretnego klienta

MARKETING PRODUKTOWY

DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek

INTERNET MARKETING

wszelkie działania marketingowe
wykorzystujące sieć internetową

Strona internetowa firmy –
produktu

SEO

Serach Engine Optimization –
pozycjonowanie strony

SEM

Serach Engine Marketing –
reklama w wyszukiwarkach
internetowych



Reklama na platformach
transakcyjnych on-line
i stronach sklepów
internetowych

DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek

INTERNET MARKETING

SOCIAL MEDIA



wykorzystywanie sieci społecznościowych w komunikacji z klientami



DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek

ATL

reklama przy wykorzystaniu środków masowego przekazu

Reklama
telewizyjna

Reklama radiowa

Reklama prasowa

Reklama
zewnętrzna –
Billboardy, teledimy



Lokowanie
produktu

DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek

BTL - działania reklamowe skierowane do konkretnego klienta

MARKETING PRODUKTOWY

np.

point-of-sale marketing

promocja w punktach handlowych.

PHILIPS

prowadził taką akcją reklamową dla modeli z linii PerfectCare w Warszawie

zespół działań, których celem jest rozwój produktu (lub marki), w tym m.in: wzrost sprzedaży i rozpoznawalności np. organizowanie promocji i konkursów

Zarejestruj swój produkt a otrzymasz filtr IronCare, do żelazka gratis

Pamiętaj, że aby otrzymać filtr należy podczas rejestracji produktu wyrazić zgodę na otrzymywanie informacji handlowych drogą elektroniczną. Szczegóły w Regulaminie

[Regulamin](#)

[Więcej o IronCare](#)

[Zarejestruj produkt](#)



DZIAŁANIA MARKETINGOWE

wykorzystywane przy prowadzeniu sprzedaży żelazek

Testowanie i rekomendowanie produktów
na znanych blogach i kanałach tematycznych



Szafeczka

Mum and the city

Dziękujemy za uwagę!



Życzymy odpowiedniego wyboru
i prasowania bez żadnego ryzyka!