

The background of the entire page is a dark, almost black, gradient. It is decorated with numerous water droplets of various sizes and shapes, some appearing as simple circles and others as more complex, elongated shapes with highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. The droplets are scattered across the page, with a higher concentration in the top-left and bottom-right corners.

PRALKA ELEKTRYCZNA

-PREZENTACJA PRODUKTU

- AUTORZY: KATARZYNA PACHOTA, JUSTYNA GORZKOWSKA

JUSTYNA SKÓRNÓG, MAŁGORZATA NOWAKOWSKA, WOJCIECH SZAFARZ

OD PRALKI MECHANICZNEJ DO PRALKI ELEKTRYCZNEJ



PRALKA ELEKTRYCZNA - URZĄDZENIE MECHANICZNE SŁUŻĄCE DO PRANIA ODZIEŻY



FUNKCJE DOSTĘPNE W PRALCE ELEKTRYCZNEJ

- **PRANIE WSTĘPNE** – PO URUCHOMIENIU TEJ FUNKCJI PRALKA ROZPOCZYNA PRANIE DLA RZECZY BARDZO ZABRUDZONYCH TRWA OKOŁO 15 MINUT Z TEMPERATURĄ DO 30 °C LUB NA ZIMNO.
- **PRANIE GŁÓWNE** – TO PRANIE NORMALNE, PIORAĆE Z TEMPERATURĄ DO 90 °C (W ZALEŻNOŚCI OD USTAWIEŃ I OPCJI). PO TYM CYKLU NASTĘPUJE WIROWANIE POŚREDNIE Z NISKIMI OBROTAMI (NA PROGRAMACH DELIKATNYCH NIE WYKONUJE WCALE).
- **PŁUKANIE** – CYKL KTÓRY WYPŁUKUJE RESZTKI DETERGENTU Z ODZIEŻY PIORAĆY W ZIMNEJ WODZIE. PO TEJ FUNKCJI NASTĘPUJE WIROWANIE POŚREDNIE. NA PROGRAMIE BAWELNA PŁUKANIE JEST WYKONYWANE DOMYŚLNIE 3 RAZY + DODATKOWE PŁUKANIE 4 RAZY (RAZEM ZE ZMIĘKCZANIEM).
- **WIROWANIE** – OSTATNIE WIROWANIE Z NAJWYŻSZYMI MOŻLIWYMI OBROTAMI DLA DANEGO PROGRAMU (TEN CYKL MOŻNA WYŁĄCZYĆ).

HISTORIA



PIERWSZĄ PRALKĘ Z PRAWDZIWEGO ZDARZENIA ZBUDOWAŁ AMERYKAŃSKI WYNAŁAZCA JAMES KING W 1851 ROKU.

JUŻ ZASADA DZIAŁANIA TEJ PIERWSZEJ PRALKI, ODBIEGAŁA OD NAŚLADOWANIA RĘCZNYCH CZYNNOŚCI - BYŁA TO PIERWSZA PRALKA WYPOSAŻONA W BĘBEN, O NAZWIE "MACALPINE".

ZAPREZENTOWANO JĄ NA WYSTAWIE ŚWIATOWEJ W LONDYNIE W 1851 ROKU.

DZIAŁAŁA NA PARĘ, I BYŁA "OWOCEM 20 LAT DOŚWIADCZEŃ I OŚMIU MIESIĘCY EKSPERYMENTÓW".

MIĘDZY ROKIEM 1851 A 1870, TYLKO W WIELKIEJ BRYTANII I USA
ZAREJESTROWANO OKOŁO 2000 PATENTÓW NA PRALKI.
W 1858 HAMILTON SMITH OPATENTOWAŁ PRALKĘ ROTACYJNĄ.

PIERWSZĄ PRALKĘ PRZEZNACZONĄ DO
POMOCY GOSPODYNI DOMOWEJ
STWORZYŁ WILLIAM BLACKSTONE
W ROKU 1874 W PREZENCIE
URODZINOWYM DLA SWOJEJ ŻONY.

PRALKA TA WYKONANA BYŁA Z DREWNA.
TUTAJ PRANIE ODBYWAŁO SIĘ W WODZIE
Z ROZPUSZCZONYM MYDŁEM, A
DREWNIANE ELEMENTY WEWNĄTRZ
URZĄDZENIA UDERZAŁY W BRUDNE
UBRANIA.



ROZWÓJ PRALEK NAPĘDZANYCH ELEKTRYCZNOŚCIĄ BYŁ MOŻLIWY DZIĘKI
WYNALEZIENIU W ROKU 1899 SILNIKA ELEKTRYCZNEGO.
OD TEGO MOMENTU POJAWIAŁY SIĘ WCIĄŻ NOWE UDOSKONALENIA, DODAWANE
BYŁY RÓŻNE FUNKCJE.



ROK 1908 TO POCZĄTEK PRALEK NAPĘDZANYCH PRĄDEM ELEKTRYCZNYM. ALVA J. FISHER - WYNALAZŁ TAKĄ PRALKĘ A WYPRODUKOWAŁA JĄ FABRYKA FIRMY HURLEY MACHINE COMPANY Z CHICAGO POD NAZWĄ THE THOR.



PRZEZ LATA POJAWIAŁY SIĘ RÓŻNE ROZWIĄZANIA KONSTRUKCYJNE: POZIOME LUB PIONOWE USTAWIENIE BĘBNA, ZMIENNA LICZBA OBROTÓW, ZAMONTOWANE NA STAŁE MIESZADŁA DZIAŁAJĄCE JAK RĘCE... Z CZASEM PRALKI PÓŁAUTOMATYCZNE ZOSTAŁY WYPARTE PRZEZ AUTOMATYCZNE.

PIERWSZA POWSTAŁA W ROKU 1934 W STANACH ZJEDNOCZONYCH. POSIADAŁA MOŻLIWOŚĆ ZMIANY DŁUGOŚCI CZASU PRANIA, PŁUKANIA I ODWIROWANIA, A TAKŻE SAMA REGULOWAŁA TEMPERATURĘ WODY, SZYBKOŚĆ OBROTU BĘBNA I DOZOWAŁA PROSZEK.

W 1937 ROKU W USA ZBUDOWANO PIERWSZĄ PRALKĘ AUTOMATYCZNĄ (PROGRAMOWANĄ), KTÓRA SAMA WYKONUJE CZYNNOŚCI: PRANIA, PŁUKANIA, ODWIROWANIA. W PRALCE AUTOMATYCZNEJ NASTAWIA SIĘ CZASY POSZCZEGÓLNYCH CZYNNOŚCI, TEMPERATURĘ WODY, SZYBKOŚĆ OBROTU ITD.

ANALIZA MARKETINGOWA PRODUKTU

- **RDZEŃ PRODUKTU** – URZĄDZENIE SŁUŻĄCE DO PRANIA ODZIEŻY; ŁATWOŚĆ I WYGODAN PRANIA
- **PRODUKT RZECZYWISTY** – RODZAJ PRALKI, MARKA I MODEL, CENA, WIELKOŚĆ, MASA, KOLOR, POJEMNOŚĆ ZBIORNIKA NA PRANIE, SPOSÓB ŁADOWANIA UBRAŃ DO PRALKI, MOC, ZUŻYCIE ENERGII ELEKTRYCZNEJ, INNE PARAMETRY TECHNICZNE URZĄDZENIA
- **PRODUKT OCZEKIWANY** – PRALKA ELEKTRYCZNA - WYTRZYMAŁA, TRWAŁA, DAJĄCA ZADAWALAJĄCE EFEKTY PRANIA, ZGODNA Z OPISEM, EKONOMICZNA I ŁATWA W EKSPLOATACJI, BEZAWARYJNA, NIE HAŁASUJĄCA
- **PRODUKT POSZERZONY** – PRZEDŁUŻONA GWARANCJA, BEZPŁATNA DOSTAWA KUPIONEGO PRODUKTU, DOBRY I DOSTĘPNY SERWIS NAPRAWY, INSTALACJA PRODUKTU, MOŻLIWOŚĆ REKLAMACJI, MOŻLIWOŚĆ NAPRAW PO OKRESIE GWARANCYJNYM, DOSTĘPNOŚĆ CZĘŚCI ZAMIENNYCH
- **PRODUKT POTENCJALNY** – RÓŻNEGO RODZAJU INNOWACJE, DODATKOWE PROGRAMY I FUNKCJE, MOŻLIWOŚĆ KONTROLI PRODUKTU POPRZEC KOMPUTER LUB TELEFON KOMÓRKOWY

PRZYKŁADOWE SEGMENTY KONSUMENTÓW PRALEK

- **GOSPODARSTWA DOMOWE:** OSOBY INDYWIDUALNE, RODZINY – DBAJĄCE O CZYSTOŚĆ UBRAŃ, HIGIENĘ, WYGLĄD ORAZ KOMFORT PRAC DOMOWYCH,
- **INSTYTUCJE I FIRMY WYKORZYSTUJĄCE PRAŁKI W SWEJ DZIAŁALNOŚCI:**
NP. PRALNIE PROFESJONALNE, SAMOBSŁUGOWE, OUTLETY ODZIEŻOWE, HOTELE, AKADEMIIKI, DOMY SPOKOJNEJ STAROŚCI , SZPITALA, ITP.

PODSTAWOWE WERSJE PRALEK DOSTĘPNE NA RYNKU

PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA TYP ŁADOWANIA PRANIA:

- **ŁADOWANE OD FRONTU (NAJPOPULARNIEJSZY TYP PRALEK PRAWIE NA CAŁYM ŚWIECIE;**
OTWÓR WRZUTOWY ZNAJDUJE SIĘ Z PRZODU URZĄDZENIA. BĘBEN PRAŁKI OBRACA SIĘ DOOKOŁA OSI USTAWIONEJ RÓWNOLEGLE DO PŁASZCZYZNY PODŁOGI. ZUŻYWAJĄ ONE MNIEJ WODY I DETERGENTU W PORÓWNANIU DO PRALEK ŁADOWANYCH OD GÓRY. PRAŁKI TEGO TYPU MOGĄ OSIĄGAĆ DO 2000 OBROTÓW/MIN W TRAKCIE ODWIROWYWANIA UBRAŃ, CHOCIAŻ WIĘKSZOŚĆ URZĄDZEŃ DOMOWEGO UŻYTKU WYKONUJE OKOŁO 1000 OBROTÓW/MIN.)
- **ŁADOWANE OD GÓRY (BARDZO POPULARNE W USA, KANADZIE, AMERYCE ŁACIŃSKIEJ.**
UBRANIA SĄ WRZUCANE DO BĘBNA OD GÓRY, A BĘBEN OBRACA SIĘ WOKÓŁ OSI UMIESZCZONEJ PROSTOPADLE DO PŁASZCZYZNY PODŁOGI. ZE WZGLĘDU NA BUDOWĘ BĘBNA, PRAŁKI TEGO TYPU MOGĄ WIROWAĆ Z PRĘDKOŚCIĄ OKOŁO 650 OBROTÓW/MIN. PROSTOTA BUDOWY SPRAWIA, ŻE WYCIEKI Z TEGO TYPU PRAŁKI SĄ MNIEJ PRAWDOPODOBNE.)



PODSTAWOWE WERSJE PRALEK DOSTĘPNE NA RYNKU

PODZIAŁ PRALEK ZE WZGLĘDU NA ZASTOSOWANIE:

- **STANDARDOWE (DO UŻYTKU DOMOWEGO)**
 - CHARAKTERYZUJĄ SIĘ ŻYWOTNOŚCIĄ 1500–3000 GODZIN,
 - WIELKOŚĆ WSADU DO OKOŁO 10KG (KLASYCZNIE 5-6KG).
 - ZALICZANE SĄ TEŻ TU PRAŁKI TYPU SLIM O MNIEJSZYCH GABARYTACH
 - CENY WAHAJĄ SIĘ W ZALEŻNOŚCI OD POSIADANYCH FUNKCJI CZY PRODUCENTÓW OD KILKuset ZŁOTYCH DO KILKU TYSIĘCY ZŁOTYCH.
- **PRZEMYSŁOWE (PRAŁNICE, STOSOWANE W PROFESJONALNYCH PRAŁNIACH)**
 - CHARAKTERYZUJĄ SIĘ WIĘKSZYMI GABARYTAMI,
 - WIELKOŚCIĄ WSADU NAWET DO 85 KG,
 - WIĘKSZĄ WYDAJNOŚCIĄ ORAZ ŻYWOTNOŚCIĄ OKOŁO 30 TYS. GODZIN,
 - PRZEZNACZONE DO CIĄGŁEGO UŻYTKOWANIA
 - CENY MOGĄ SIĘGAĆ NAWET DO KILKUDZIESIĘCIU TYSIĘCY ZŁOTYCH W ZALEŻNOŚCI OD WIELKOŚCI WSADU I FUNKCJI

PODSTAWOWE WERSJE PRALEK DOSTĘPNE NA RYNKU

PODZIAŁ ZE WZGLĘDU NA WIELKOŚĆ ZUŻYCIA ENERGII:

- **KLASA EFEKTYWNOŚCI ENERGETYCZNEJ** W PRAŁKACH INFORMUJE O ROCZNYM ZUŻYCIU ENERGII W KW/H.
 - ZACZYNAJĄC OD **KLASY A+++** (NAJBARDZIEJ OSZCZĘDNA)
 - A KOŃCZĄC NA **KLASIE D** (NAJMNIEJ EFEKTYWNA)
- PRZYBLIŻONE WARTOŚCI DLA JEDNEGO PRANIA
 - W **KLASIE A** - OK. 1,2 KWH, **A+** - OK. 1 KWH, **A++** - OK. 0,9 KWH.
 - PRAŁKI O WSKAŹNIKU B I NIŻSZYM POSIADAJĄ ODPOWIEDNIO NIŻSZE WARTOŚCI
 - OBECNIE RYNEK ZDECYDOWANIE ZDOMINOWAŁY SPRZĘTY O KLASIE A LUB WYŻSZEJ.
 - OD NIEDAWNA POJAWIŁ SIĘ RÓWNIEŻ STANDARD A+++ , OFERUJĄCY PRANIE O KOSZCIE ENERGETYCZNYM W OKOLICACH 0,7-0,8 KWH.
JEST TO JEDNAK WCIĄŻ STOSUNKOWO DROGIE ROZWIĄZANIE.

PRZYKŁADY FUNKCJI DODATKOWYCH PRALEK

- **ADDWASH** – FUNKCJA POZWALAJĄCA DODAWAĆ UBRANIA NA KAŻDYM ETAPIE PRANIA.
- **ECO BUBBLE** - DELIKATNE BĄBELKI POWSTAŁE W WYNIKU POŁĄCZENIA WODY, POWIETRZA I PROSZKU DO PRANIA WNIKAJĄ W TKANINY GŁĘBIEJ I SZYBCIEJ, ROZPUSZCZAJĄC ZABRUDZENIA JUŻ OD SAMEGO POCZĄTKU CYKLU PRANIA.
 - NAJWAŻNIEJSZĄ ZALETĄ TEJ INNOWACYJNEJ TECHNOLOGII JEST GWARANCJA WYSOKIEJ SKUTECZNOŚCI BEZ POTRZEBY KORZYSTANIA Z GORĄCEJ WODY, A W KONSEKWENCJI OSZCZĘDNOŚĆ ENERGII AŻ DO 70%.
- **ZDALNE STEROWANIE SMARTFONEM** - ZA POMOCĄ SPECJALNEJ APLIKACJI W SMARTFONIE LUB TABLECIE MOŻNA KONTROLOWAĆ PRACĘ PRAŁKI, WŁĄCZAĆ LUB WYŁĄCZAĆ PROGRAM I FUNKCJE DODATKOWE.

FUNKCJE DODATKOWE C.D.

- **SUSZENIE** – NIEKTÓRE MODELE MOGĄ ŁĄCZYĆ W SOBIE FUNKCJĘ BĘBNOWEJ SUSZARKI DO UBRAŃ
- **SILNIK INWERTEROWY** - TRADYCYJNY SILNIK KONWENCJONALNY WYTWARZA ENERGIĘ ZA POMOCĄ SPECJALNYCH SZCZOTEK. PODCZAS PRACY SILNIKA TARCIE SZCZOTEK WYTWARZA CIEPŁO I GENERUJE WIĘKSZY HAŁAS. SILNIK INWERTEROWY NIE POSIADA SZCZOTEK, DZIĘKI CZEMU ZAPEWNIĄ CICHSZĄ PRACĘ URZĄDZENIA, TRWAŁOŚĆ I MNIEJSZE ZUŻYCIE PRĄDU.
- **PRANIE ANTYALERGICZNE** - PROGRAM TEN URUCHAMIA DODATKOWE PŁUKANIE, DZIĘKI CZEMU DOKŁADNIE WYPŁUKUJE Z UBRAŃ RESZTKI DETERGENTU MOGĄCE DOPROWADZAĆ DO PODRAŻNIEŃ WRAŻLIWEJ SKÓRY.

FUNKCJE DODATKOWE C.D.

- **SYSTEM I-DOS** -ODPOWIADA ZA PRECYZYJNE DOZOWANIE DETERGENTU PRZY JEDNOCZEŚNIE DOSKONAŁYCH REZULTATACH PRANIA. SPECJALNE CZUJNIKI OKREŚLAJĄ WIELKOŚĆ ZAŁADUNKU I DOSTOSOWUJĄ DO NIEGO ODPOWIEDNIĄ ILOŚĆ DETERGENTU.
- **PRANIE PAROWE**- PARA POWSTAŁA W WYNIKU POŁĄCZENIA GORĄCEGO POWIETRZA I WODY RÓWNOMIERNIE NASĄCZA UBRANIA, SPRAWIAJĄC, ŻE SĄ ONE MNIEJ POGNIECIONE, SKRACA CZAS PRANIA ORAZ SKUTECZNIE ELIMINUJE WSZELKIE DROBNOUSTROJE I ROZTOCZA.

BADANIE JAKOŚCI PRALEK

BADANIE PRZEPROWADZIŁ POLSKI INSTYTUT BADAŃ JAKOŚCI W LISTOPADZIE 2017 ROKU NA GRUPIE 1974 RESPONDENTÓW, O ZRÓŻNICOWANEJ WIELKOŚCI GOSPODARSTWA DOMOWEGO I WYSOKOŚCI DOCHODÓW.

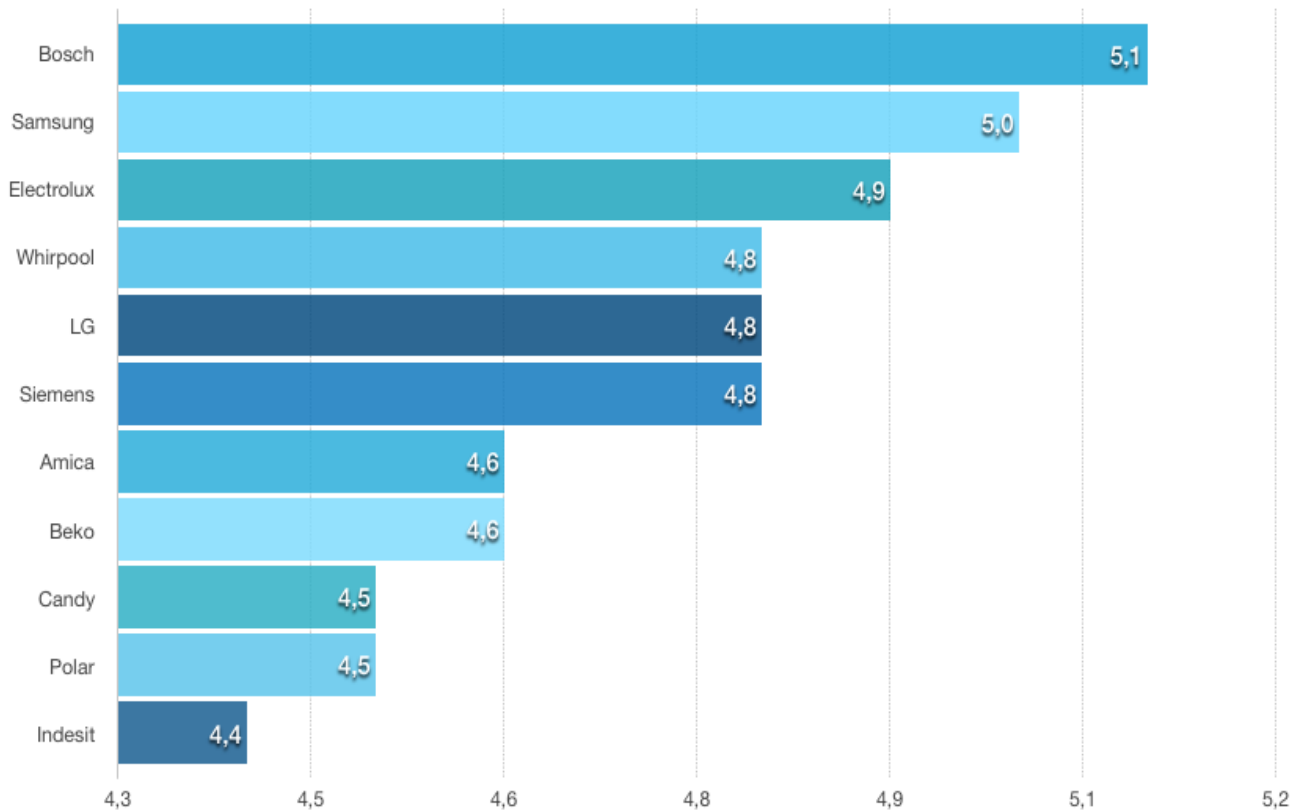
TESTOWANO PRAŁKI UŻYWANE PRZEZ RESPONDENTÓW W CIĄGU OSTATNICH 12 MIESIĘCY.

TEST PRZEPROWADZONO W TRZECH KATEGORIACH:

- ✓ STOSUNEK JAKOŚCI DO CENY
- ✓ JAKOŚĆ PRODUKTU
- ✓ ZAUFANIE DO MARKI

WYNIKI BADANIA PRALEK RÓŻNYCH PRODUCENTÓW

Klasyfikacja ocen pralek według marek (źródło danych: Polski Instytut Badań Jakości)



PRYZNAWANE W POSZCZEGÓLNYCH KATEGORIACH PUNKTY POZWOLIŁY NA USTALENIE WYNIKU OGÓLNEGO.

W KAŻDEJ KATEGORII NAJWIĘKSZA LICZBA PUNKTÓW PRYZNAWANA BYŁA MARCE **BOSCH**, PLASUJĄC JĄ TYM SAMYM NA SAMYM SZCZYCIE RANKINGU OGÓLNEGO.



badaniajakości.pl

Ocena użytkowników:

**„NAJLEPSZA
MARKA PRALEK”**

Porównanie 12 marek pralek, opinie na temat
marek zebrano w listopadzie 2017



BOSCH

FIRMA BOSCH SWÓJ WYSOKI WYNIK ZYSKAŁA DZIĘKI
BARDZO WYSOKIEJ JAKOŚCI W STOSUNKU DO CENY.
CO WIĘCEJ CECHUJE SIĘ NISKĄ AWARYJNOŚCIĄ SWOICH
PRODUKTÓW.

TYLKO 5% ANKIETOWANYCH KORZYSTAŁO Z SERWISU
NAPRAWCZEGO, KTÓREGO JAKOŚĆ OCENIONO NA 5.0.

2 MIEJSCE TUŻ ZA MARKĄ BOSCH, Z RÓWNIEM WYSOKIMI WYNIKAMI ZAJĘŁA FIRMA **SAMSUNG**, KTÓREJ PRAŁKI CECHUJĄ SIĘ RÓWNIEM NISKĄ AWARYJNOŚCIĄ JAK PRAŁKI BOSCH.

KOLEJNE MIEJSCE ZAJĘŁY PRAŁKI **ELECTROLUX**. FIRMA TA TWORZY NAJMNIEM AWARYJNE PRAŁKI, JEDNAK JAKOŚĆ NAPRAW SERWISOWYCH OCENIONA ZOSTAŁA STOSUNKOWO NISKO W STOSUNKU DO OCEN DLA SERWISU PRAŁEK BOSCH I SAMSUNG.

PORÓWNANIE MAREK PRALEK ELEKTRYCZNYCH



BOSCH



1886 ROK STUTTGART (NIEMCY) ROBERT BOSCH OTWIERA „ WARSZTAT MECHANIKI PRECYZYJNEJ I ELEKTROTECHNIKI”

NA POCZĄTKU WIELE WZLOTÓW I UPADKÓW, FIRMA PRĘŻNIE ZACZEŁA SIĘ ROZWIJAĆ W 1890 ROKU

W POLSCE DZIAŁA OD 1992 ROKU



WSPÓLCZEŚNIE JEST TO KONCERN SKUPIAJĄCY FABRYKI, POSIADAJACY SIĘĆ DYSTRYBUCYJNĄ I SERWISOWĄ

POSIADA OK. 300 SPÓLEK ZALEŻNYCH I 13 TYS. SERWISÓW W PONAD 140 KRAJACH

DZIAŁALNOŚĆ GRUPY BOSCH: TECHNIKA MOTORYZACYJNA, TECHNIKA PRZEMYSŁOWA, DOBRA UŻYTKOWE I TECHNICZNE WYPOSAŻENIE BUDYNKÓW

MARKA BOSCH JEST WIODĄCĄ MARKĄ SPRZEDAŻY SPRZĘTÓW GOSPODARSTWA DOMOWEGO W EUROPIE I NIEPRZERWANIE DĄŻY DO DOSKONAŁOŚCI

„Stały postęp zawsze był motorem naszej marki”

PRODUKTY MARKI BOSCH ZAJMUJĄ CZOŁOWE MIEJSCA W TESTACH KONSUMENCKICH NA CAŁYM ŚWIECIE, NP. STIFTUNG WARENTEST. MARKA WIELOKROTNIE UHONOROWANA ZOSTAŁA TYTUŁAMI: SUPERBRANDS, COOLBRANDS, LAUR KLIENTA. CO ROKU OTRZYMUJE TEŻ WIELE PRESTIŻOWYCH NAGRÓD W DZIEDZINIE DESIGNU

INNOWACJE W OFERCIE PRODUKTOWEJ



Precyzyjna robota w dozowaniu detergentów. Nowa technologia i-DOS automatycznie dodaje płynny detergent w odpowiedniej ilości.

Aktywny tlen – higienicznie czyste ubrania w energooszczędnych temperaturach. Usuwa 99,99% bakterii i zarazków z ubrań.



Time Perfect skraca czas prania nawet o 65%. Eco Perfect pozwala zaoszczędzić energię i wodę.

Funkcja start/pauza daje możliwość dołożenia w każdej chwili czegoś do prania.



PORÓWNANIE MAREK PRALEK
ELEKTRYCZNYCH



MARKA SAMSUNG POWSTAŁA W 1938 ROKU W KOREI POŁUDNIOWEJ Z
INICJATYWY LEE BYUNG-CHUL

ZAJMUJE SIĘ PRZEMYSŁEM SAMOCHODOWYM, ELEKTRONICZNYM,
CHEMICZNYM, LOTNICZYM, STOCZNIOWYM, HANDLEM, HOTELARSTWEM,
PARKAMI ROZRYWKI

JEDNAK SAMSUNG TO NADE WSZYSTKO ELEKTRONIKA. TO DZIĘKI NIEJ
FIRMA ODNIOSŁA TAK SPEKTAKULARNY SUKCES

WIZJA

Inspirować świat,
tworzyć przyszłość

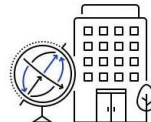


Misja

Inspirować świat dzięki naszym innowacyjnym technologiom,
produktom i wzornictwu, które wzbogaca życie ludzi i
przyczynia się do dobrobytu społecznego, tworząc nową przyszłość



Ulubiona marka



Innowacyjna firma

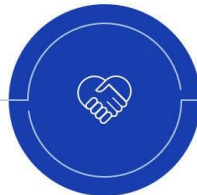


Firma podziwiana

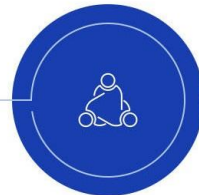
Elementy strategicznego kierunku



Kreatywność

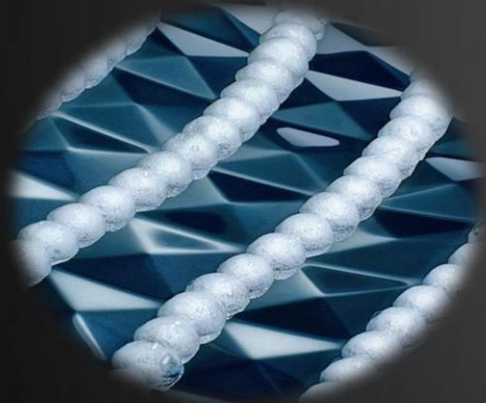


Partnerstwo



Wspaniali ludzie

OFERTA SAMSUNG



EcoBubble to przełomowa technologia, która przed rozpoczęciem prania łączy wodę, detergent i powietrze tworząc delikatną, lecz niezwykle aktywną pianę. Wnika ona w tkaniny 40 razy szybciej niż w tradycyjnych pralkach. Dzięki temu można prać w niskiej temperaturze, oszczędzając energię i chroniąc delikatne tkaniny.

AddWash pozwala dodawać ubrania w trakcie prania, dzięki temu można dołożyć pranie tylko na czas płukania lub wirowania.



RÓŻNICOWANIE PRODUKTU MARKI BOSCH - PRALKI



PRALKI ŁADOWANE OD FRONTU

Wolnostojące i do zabudowy. Zapewniają szczególną wygodę podczas załadunku. Mogą być dowolnie instalowane w łazience, pralni a nawet modułach kuchennych.



PRALKI ŁADOWANE OD GÓRY

Pokaz doskonałej sprawności na małej przestrzeni – pralki mają jedynie 40cm szerokości. Są idealne do ciasnych pomieszczeń, mieszczą się w małych łazienkach i kuchniach, ich załadunek jest prosty i wygodny.



SLIMLINE

Kompaktowe rozmiary, doskonałe działanie. Pralki SlimLine są wąskie ale łączą przy tym wygodę i oszczędność miejsca.

RÓŻNICOWANIE PRODUKTU MARKI BOSCH – SUSZARKI I PRALKO - SUSZARKI



SUSZARKI Z POMPĄ CIEPŁĄ

Dla tych, którym zależy na oszczędnym suszeniu.

Wykorzystują pompy ciepła, które wytwarzają ciepłe powietrze.



PRALKO – SUSZARKI

Mają zaledwie 60cm. nie tylko piorą bez zarzutu, ale także suszą idealnie i szybko.

SUSZARKI TRADYCYJNE






Są ekonomiczne i proste w instalacji. Wilgoć odprowadzana z prania jest gromadzona w specjalnym pojemniku, dlatego nie potrzebują zewnętrznego przewodu wyciągowego.







SERIE MODELI

PRALEK

SUSZAREK

	Serie 2	Serie 4	Serie 6	Serie 8	HomeProfessional
					
	100% jakości marki Bosch.	Pełna swoboda w Twoim codziennym życiu rodzinnym.	Doskonała wydajność przy niskim zużyciu energii.	Doskonała wydajność i niezrównane wzornictwo.	Najlepsze pralki w historii marki Bosch.
	Pralki ładowane od frontu	Pralki ładowane od frontu	Pralki ładowane od frontu	Pralki ładowane od frontu	Pralki ładowane od frontu
	Pralki ładowane od góry	Pralki ładowane od góry	Pralki ładowane od góry		
Zawsze najnowocześniejsze innowacje					•
Niezrównane wzornictwo				•	•
Niezwykle cichy, wytrzymały i energooszczędny silnik		•	•	•	•
Pierze delikatnie i wydajnie dzięki unikalnej konstrukcji bębna		•	•	•	•
Specjalne programy dla alergików	•	•	•	•	•
Wybierz tryb ekstraszybkiego lub energooszczędnego prania	•	•	•	•	•
Oszczędne zużycie wody i energii	•	•	•	•	•

	Serie 4	Serie 6	Serie 8	HomeProfessional
				
	Dostosowuje się potrzeb Twojego codziennego życia rodzinnego.	Doskonała wydajność przy niskim zużyciu energii.	Doskonała wydajność i niezrównane wzornictwo.	Najlepsze suszarki w historii marki Bosch.
	Suszarki z pompą ciepła	Suszarki z pompą ciepła	Suszarki z pompą ciepła	Suszarki z pompą ciepła
Zawsze najnowocześniejsze innowacje				•
Niezrównane wzornictwo			•	•
Łatwość obsługi dzięki zastosowaniu dużego wyświetlacza		•	•	•
Samoczyszczący się kondensator* <small>*w modelach z pompą ciepła</small>		•	•	•
Szybkie, ciche i energooszczędne	•	•	•	•
Specjalne programy dla alergików	•	•	•	•
Ochrona tkanin dzięki unikalnej konstrukcji bębna.	•	•	•	•

ZGODNIE Z NORMAMI UNII EUROPEJSKIEJ, KAŻDE

URZĄDZENIE MUSI POSIADAĆ ETYKIETĘ ENERGETYCZNĄ. ETYKIETA TA, INFORMUJE KONSUMENTA O TAKICH PARAMETRACH JAK:

- 1. KLASA ENERGETYCZNA,
- 2. KLASA EFEKTYWNOŚCI PRANIA I ODWIROWYWANIA,
- 3. ZUŻYCIE WODY,
- 4. POZIOM HAŁASU.



CYKL ŻYCIA PRODUKTU

- **FAZA 1** - WPROWADZENIE PRODUKTU – POWOLNY WZROSTU SPRZEDAŻY W MIARĘ JEGO WPROWADZANIA I ROZPOWSZECHNIANIA NA RYNKU. PRODUKT PRZYNOSI STRATĘ ALBO NIEWIELKI ZYSK GENEROWANY ZA POMOCĄ CENY I MARŻY ZE WZGLĘDU NA WYSOKIE NAKŁADY PRZY PROJEKTOWANIU I KOSZTY PROMOCJI ORAZ DYSTRYBUCJI. NIEKIEDY W TEJ FAZIE MAMY DO CZYNNIENIA Z EDUKOWANIEM KLIENTÓW.
- **FAZA 2** - WZROST SPRZEDAŻY. ZYSKI ZE SPRZEDAŻY ROSNĄ JEŚLI RYNEK ZAAKCEPTUJE PRODUKT . W TEJ FAZIE WAŻNE JEST ZWIĘKSZANIE UDZIAŁU W RYNKU . TAK DZIEJE SIĘ DO MOMENTU NASYCENIA RYNKU. POTEM WZRASTA KONKURENCJA POJAWIAJĄ SIĘ SUBSTYTUTY, DLATEGO TEŻ ULEPSZA I MODYFIKUJE SIĘ PRODUKT. REKLAMA ODGRYWA MNIEJSZĄ ROLE.

- **FAZA 3 - DOJRZAŁOŚĆ** – FAZA SPOWOLNIENIA DYNAMIKI SPRZEDAŻY ZWIĄZANEJ Z NASYCENIEM RYNKU . POJAWIA SIĘ WIELE INNYCH PRODUKTÓW, KTÓRE ZASPOKAJAJĄ TE SAME POTRZEBY. W FAZIE TEJ PRZYCHODY OSIĄGAJĄ NAJWYŻSZY POZIOM I STABILIZUJĄ SIĘ A W KOŃCOWYM ETAPIE ZACZYNAJĄ SPADAĆ. FAZA TA MA ZASADNICZE ZNACZENIE DLA PERSPEKTYW PRZEDSIĘBIORSTWA. JEŻELI ZOSTANIE ZASTOSOWANA ODPOWIEDNIA REKLAMA LUB NASTĄPI WEJŚCIE NA NOWE RYNKI LUB W NOWE SEGMENTY RYNKU A PRODUKT ZACHOWA SWOJĄ JAKOŚĆ MA WIĘKSZĄ SZANSE NA UTRZYMANIE SIĘ NA RYNKU I PRZEDŁUŻENIE TEJ FAZY CYKLU. WAŻNYM ELEMENTEM JEST POWTARZALNOŚĆ ZAKUPÓW PRZEZ STAŁYCH KLIENTÓW. KLIENCI CZĘSTO TEŻ ZACZYNAJĄ POSZUKIWAĆ NOWYCH ODMIAN TEGO PRODUKTU.
- **FAZA 4 - SPADEK SPRZEDAŻY, SCHYLEK** - FAZA TA CECHUJE SIĘ ZMNIEJSZENIEM ZAINTERESOWANIA PRODUKTEM ORAZ SPADKIEM SPRZEDAŻY. W TEJ FAZIE OGRANICZA SIĘ LICZBA PRZEDSIĘBIORSTW PRODUKUJĄCYCH DANY PRODUKT. FIRMA MOŻE RATOWAĆ SIĘ SZUKANIEM NOWYCH KANAŁÓW SPRZEDAŻY. AGRESYWNYMI DZIAŁANAMI REKLAMOWYMI ORAZ PROMOCJAMI CENOWYMI (UPUSTY, RABATY)

DETERMINANTY CYKLU ŻYCIA PRODUKTU

- RODZAJ PRODUKTU,
- SPOSOBY I MOŻLIWOŚCI JEGO RÓŻNICOWANIA,
- MODA I KONIUNKTURA,
- RODZAJE ZASPAKAJANYCH POTRZEB KONSUMENTÓW I ICH ZMIANY,
- POSTĘP TECHNOLOGICZNY (EWOLUCJA CZY REWOLUCJA- PRZYKŁAD: TRADYCYJNY APARAT TELEFONICZNY I SMARTFON),
- ILOŚĆ I WIELKOŚĆ PODMIOTÓW FUNKCJONUJĄCYCH/KONKURUJĄCYCH NA RYNKU. (PODMIOTY KRAJOWE, EU LUB GLOBALNE)

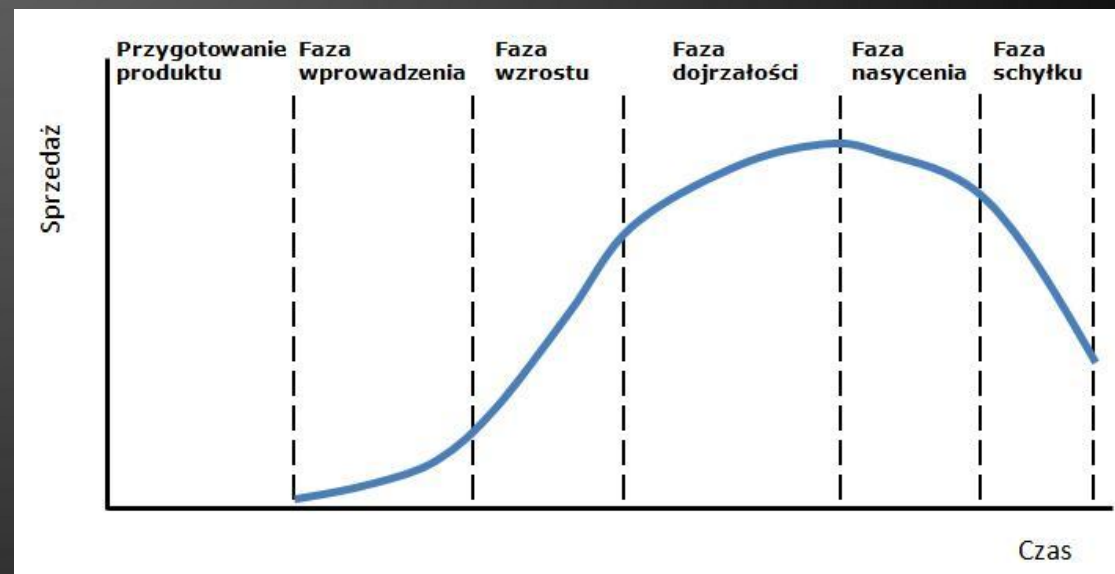
CYKL ŻYCIA PRODUKTU – PRALKA ELEKTRYCZNA

Faza 1: Tworzenie świadomości osób zainteresowanych kupnem nowej pralki elektrycznej, w większości przypadków oferowana jest podstawowa wersja modelu.

Faza 2: Znaczny wzrost sprzedaży nowego modelu pralki elektrycznej. Firma stara się, aby maksymalnie zająć rynek przez dany model i wprowadza liczne udoskonalenia modelu.

Faza 3: Dojrzałość rynkowa – maksymalizacja zysków ze sprzedaży nowego modelu pralki elektrycznej.

Faza 4: Spadek sprzedaży modelu pralki elektrycznej – zmniejszenie wydatków na produkowanie starych modeli oraz stopniowe wycofywanie słabych wersji danego modelu



WZROSTOWI LICZBY OFEROWANYCH NA RYNKU URZĄDZEŃ ELEKTRYCZNYCH W TYM PRALEK ELEKTRYCZNYCH TOWARZYSZY Z JEDNEJ STRONY CORAZ WIĘKSZA RÓŻNORODNOŚĆ, INNOWACYJNOŚĆ W STOSOWANYCH TECHNOLOGIACH, Z DRUGIEJ ZAŚ CYKL ŻYCIA PRODUKTU JEST CORAZ KRÓTSZY.

URZĄDZENIA ELEKTRYCZNE SĄ CHĘTNIE WYMIENIANE NA NOWE, NIE TYLKO Z POWODU ZUŻYCIA, LECZ TAKŻE W ZWIĄZKU Z POJAWIANIEM SIĘ NOWYCH, ATRAKCYJNIEJSZYCH MODELI. NIE BEZ ZNACZENIA JEST TEŻ DĄŻENIE PRODUCENTÓW DO ZAPEWNIENIA CORAZ MNIEJSZEGO ZUŻYCIA ENERGII ELEKTRYCZNEJ PRZEZ SPRZĘT, CO PRZY ROSNĄCYCH CENACH ENERGII BYWA WAŻNĄ ZACHĘTĄ DO WYMIANY POSIADANYCH URZĄDZEŃ.

POLITYKA ASORTYMENTOWA

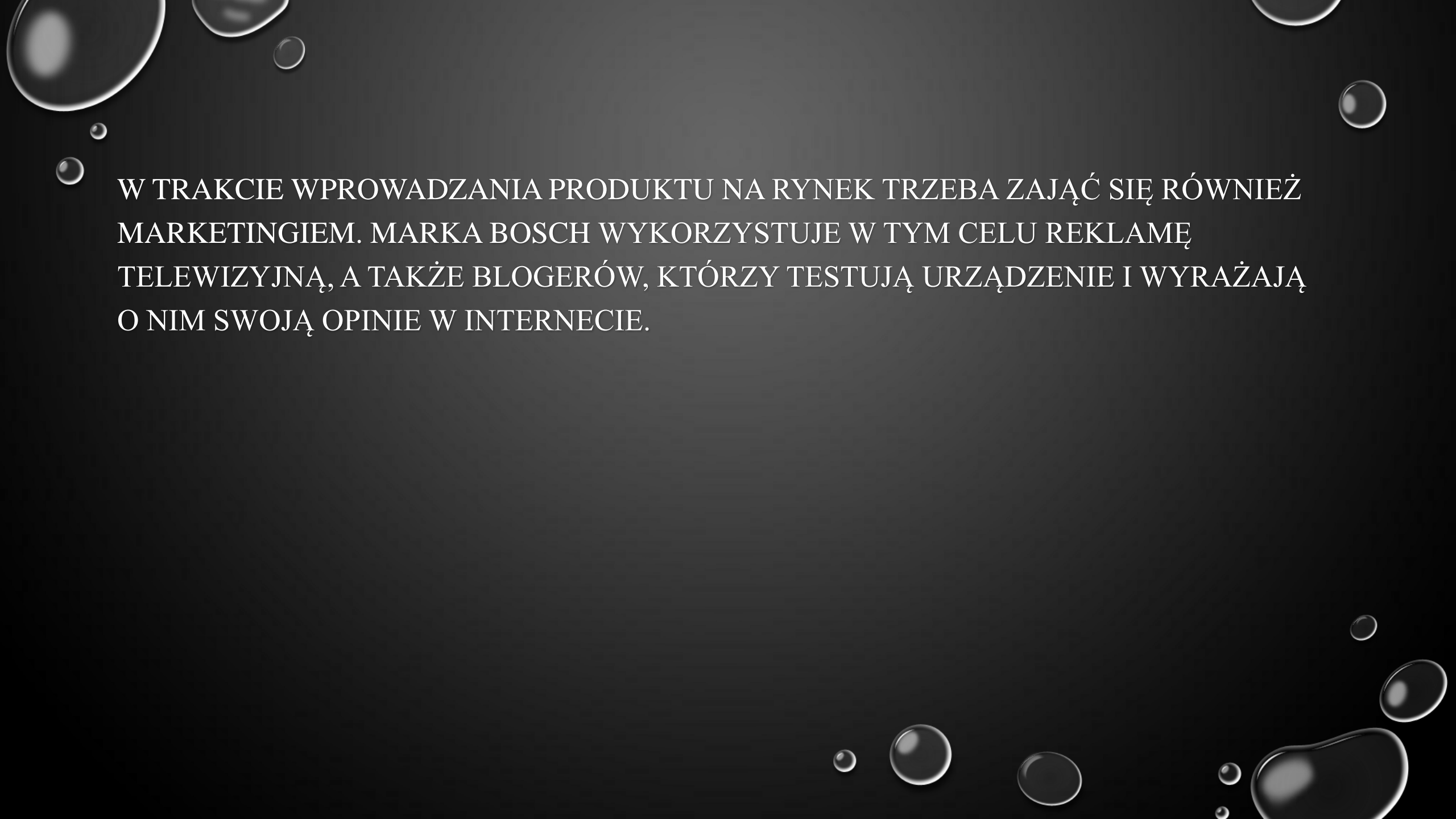
- POLITYKA ASORTYMENTOWA JEST JEDNĄ Z KILKU STRATEGII PRZEDSIĘBIORSTW HANDLOWYCH OBOK LOKALIZACJI, PROMOCJI, OBSŁUGI ORAZ POLITYKI CENOWEJ. JEJ PRAWDŁOWE STOSOWANIE BARDZO ZNACZĄCO WPŁYWA NA WYPRACOWANIE SOBIE PRZEZ PRZEDSIĘBIORSTWO **PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ NA RYNKU.**
- POLITYKĘ ASORTYMENTOWĄ STOSUJE SIĘ TAK, ŻEBY W OFERCIE PRZEDSIĘBIORSTWA ZNAJDOWAŁY SIĘ TAKIE PRODUKTY, KTÓRYCH SPRZEDAŻ PRZYNIESIE NAJWIĘKSZY MOŻLIWY ZYSK (OPTYMALIZACJA ASORTYMENTU). DLATEGO TEŻ NIEZWYKLE WAŻNE JEST ABY DOKŁADNIE PRZEANALIZOWAĆ CYKL ŻYCIA PRODUKTU ORAZ JEGO UDZIAŁ W RYNKU.

POWSZECHNIE ZNANA JEST WŚRÓD PRZEDSIĘBIORSTW RECEPТА NA JAK
NAJLEPSZE ZRÓWNOWAŻENIE (ZOPTYMALIZOWANIE) ASORTYMENTU. KSZTAŁTUJE
SIĘ ONA NASTĘPUJĄCO: OK. 0,5% PRODUKTÓW POWINNY BYĆ W FAZIE
WPROWADZENIA, 15-20% W FAZIE WZROSTU, 50-60% W FAZIE DOJRZAŁOŚCI, 5-10%
W FAZIE SCHYŁKU.



NAJPOPULARNIEJSZE FIRMY PRODUKUJĄCE PRALKI ELEKTRYCZNE NAJCZĘŚCIEJ
WYBIERAJĄ NASTĘPUJĄCE STRATEGIE:

- POSZERZANIA ASORTYMENTU
- POGŁĘBIANIA ASORTYMENTU
- INNOWACJE ASORTYMENTOWE
- UPORZĄDKOWANIE ASORTYMENTU

The image features a dark grey background with several translucent, realistic-looking bubbles of various sizes scattered across the top and bottom edges. The bubbles have highlights and shadows, giving them a three-dimensional appearance. In the center of the image, there is a block of white text in a serif font, all-caps.

W TRAKCIE WPROWADZANIA PRODUKTU NA RYNEK TRZEBA ZAJĄĆ SIĘ RÓWNIEŻ
MARKETINGIEM. MARKA BOSCH WYKORZYSTUJE W TYM CELU REKLAMĘ
TELEWIZYJNĄ, A TAKŻE BLOGERÓW, KTÓRZY TESTUJĄ URZĄDZENIE I WYRAŻAJĄ
O NIM SWOJĄ OPINIĘ W INTERNECIE.

DZIAŁANIA MARKETINGOWE PROWADZONE PRZY SPRZEDAŻY PRALEK ELEKTRYCZNYCH

- INTERNET MARKETING - DZIAŁANIA MARKETINGOWE WYKORZYSTUJĄCE INTERNET.
- MARKETING PRODUKTOWY - ZARZĄDZANIE PRODUKTEM, ZESPÓŁ DZIAŁAŃ, KTÓRYCH CELEM JEST ROZWÓJ PRODUKTU (LUB MARKI)
- ATL – REKLAMA PRZY WYKORZYSTANIU ŚRODKÓW MASOWEGO PRZEKAZU
- BTL - DZIAŁANIA REKLAMOWE SKIEROWANE DO KONKRETNEGO KLIENTA
- RTM – MARKETING W CZASIE RZECZYWISTYM – ZDOLNOŚĆ DO MONITOROWANIA, ZARZĄDZANIA I PROWADZENIA DZIAŁAŃ MARKETINGOWYCH „TU I TERAZ”

INTERNET MARKETING

INTERNET MARKETING - DZIAŁANIA MARKETINGOWE WYKORZYSTUJĄCE INTERNET. ZAWIERA TAKIE ELEMENTY JAK:

- **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
- **E- MAIL MARKETING** - WYSYŁKA WIADOMOŚCI ELEKTRONICZNYCH, W TYM, NEWSLETTERÓW, EMAILI PROMOCYJNYCH LUB INFORMACYJNYCH
- **CROWDSOURCING MARKETING** - WYKORZYSTYWANIE SPOŁECZNOŚCI DO TWORZENIA POMYSŁÓW NA NOWE ROZWIĄZANIA MARKETINGOWE

SOCIAL MEDIA - WYKORZYSTYWANIE SIECI SPOŁECZNOŚCIOWYCH W KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI



MARKETING PRODUKTOWY

- NEW PRODUCT DEVELOPMENT (NPD) – PROCES WDRAŻANIA NOWYCH PRODUKTÓW NA RYNEK
- REBRANDING – ZMIANA LOGO, WIZUALIZACJI PRODUKTÓW, POZYCJONOWANIA NA RYNKU
- KONKURSY, QUIZY – ZABAWA JAKO METODA NA ZWIĘKSZENIE INTERAKTYWNOŚCI

MARKETING PRODUKTOWY - PRZYKŁAD



Mój Bosch

Korzystasz z urządzeń gospodarstwa domowego marki Bosch?

Podziel się z nami Twoją opinią na ich temat i weź udział w konkursie. Do wygrania robot kuchenny, blendery i wyjątkowe książki kucharskie „MasterChef Junior”.

1x

5x

10x

MasterChef Junior

ATL (ABOVE THE LINE)

- REKLAMA TELEWIZYJNA
- REKLAMA PRASOWA (W TYM KATALOGI BRANŻOWE, WŁASNE WYDAWNICTWA)
- OUT OF HOME MARKETING (OOH)/ OUTDOOR MARKETING – REKLAMA ZEWNĘTRZNA, REKLAMA ULICZNA, WYKORZYSTYWUJĄCA TAKIE NOŚNIKI JAK: TABLICE REKLAMOWE, BILLBOARDY, CITYLIGHTY, SŁUPY OGŁOSZENIOWE, WIATY PRZYSTANKOWÓW, KIOSKI, TABLICE ELEKTRONICZNYCH, TELEBIMY

PRZYKŁAD ATL



BTL (BELOW THE LINE)

- ECO MARKETING — UWYDATNIANIE KORZYŚCI EKOLOGICZNYCH W OFEROWANYCH PRODUKTACH
- POINT-OF-SALE MARKETING (INDOOR MARKETING/ IN-STORE MARKETING) — PROMOCJA W PUNKTACH HANDLOWYCH, NP.: STOISKA, HOSTESSY, PRÓBKI, ITP.;
- MERCHANDISING – WPŁYWANIE NA ZACHOWANIA KLIENTÓW (A DOKŁADNIE POZIOM SPRZEDAŻY) POPRZEZ WYSTRÓJ POMIESZCZENIA I SPOSÓB PREZENTACJI TOWARÓW

PRZYKŁAD BTL

AKCJA REKLAMOWA W MEDIA EXPERT W LESZNIE (PROMOCJA MODELI PRALEK Z SYSTEMEM VARIOPERFECT).



RTM (REAL TIME MARKETING)

FUNDACJA ŚW. FRANCISZKA KOCI AZYL NA SWOIM FANPAGE POPROSIŁA FANÓW O WSPARCIE. PROŚBA DOTYCZYŁA POMOCY W ZNALEZIENIU PRALKI ORAZ ZEBRANIU DUŻEJ ILOŚCI KARMY DLA KOCIAKÓW. JESTEM PEWNA, ŻE SPODZIEWALI SIĘ RACZEJ UŻYWANEGO SPRZĘTU OD LUDZI, KTÓRZY NIE SĄ ŚLEPI NA LOS ZWIERZAKÓW.

TYMCZASEM POMOCNĄ DŁOŃ WYCIĄGNEŁA DO NICH MARKA BOSCH. ZAOFEROWAŁA KOCIAKOM ZNACZNIE WIĘCEJ, NIŻ MOGLI SIĘ SPODZIEWAĆ.

PRODUCENT SPRZĘTU DOMOWEGO ZAOFEROWAŁ NIE TYLKO NOWĄ PRALKĘ, ALE I ODKURZACZ, KTÓRY MA POMÓC W USUWANIU KOCIEJ SIERŚCI. DODATKOWO PRACOWNICY FIRMY ZAPROPONOWALI SWOJĄ POMOC W RAMACH WOLONTARIATU



KOCI AZYL - Fundacja św. Franciszka

Polub stronę · 22 czerwca · Edytowany · ©

POTRZEBNA POMOC!!!

Zwracamy się z ogromną prośbą do wszystkich sympatyków zwierząt o pomoc w uzyskaniu pralki dla naszego Azylu oraz karmy mokrej i suchej dla naszych podopiecznych. Sprawa jest tym bardziej pilna, że jak co roku o tej porze mamy bardzo dużo porzuconych małych zwierzątek, w wieku od 2 tygodni do 3 miesięcy, w tym 2 mioty znalezione w workach – w lesie i na polu. Szczególnie tacy podopieczni Fundacji wymagają opieki i wyjątkowego przestrzegania higieny, czystości oraz leczenia i zapewnienia dobrego wyżywienia. Jeżeli komuś zbywa taki sprzęt lub może pomóc w uzyskaniu karmy, polecamy się bardzo gorąco. Będziemy niezmiernie wdzięczni za pomoc!

Lubię to! · Komentarze · Udostępnij

98

Chronologicznie

85 ponownych udostępnień

7 komentarzy

Zobacz 1 więcej komentarz



Napisz komentarz...





Lubię to! · Odpowiedz · Wczoraj o 11:40

 **Bosch Home** · Los zwierząt jest nam bliski, dlatego z chęcią prześlemy pralkę, a także odkurzacz, który pomoże Wam uporać się z wszędobylską sierścią 😊 Mamy też sporo chętnych rąk do pracy, więc w ramach wolontariatu w naszej firmie, chętnie przyjedziemy, aby pomóc Wam w codziennych obowiązkach. Prosimy o kontakt w wiadomości prywatnej 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 🗨️👍 1,5 tys. · Wczoraj o 16:22

^ Ukryj 51 odpowiedzi

↶ Wyświetl wcześniejsze odpowiedzi 51 z 61

 **KOCI AZYL - Fundacja Św. Franciszka**
Byłoby cudownie!!! Bardzo dziękujemy ❤️
Wkrótce się z Państwem skontaktujemy 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 🗨️👍 18 · 23 godz.

 **Izabela Sękowska szacuneczek Bosch Home** 😊

Lubię to! · Odpowiedz · 🗨️👍 29 · 22 godz.

 **Piotr Kikiel PR poziom Expert**

Lubię to! · Odpowiedz · 🗨️👍 45 · 8 godz.

 **Aneta Hudzik Brawo Bosch Home! W ramach gestu społecznego przyjmicie też kilka firm na szkolenie z kreowania wizerunku.**

Lubię to! · Odpowiedz · 🗨️👍 71 · 8 godz.

 **Roska Jarkiewicz Raiser Bosch Home!**



Napisz komentarz...



DZIĘKUJEMY ZA UWAGĘ !