

# TABLETY

analiza marketingowa  
kategorii produktów  
i wybranej marki

Aneta Rubinowska

Klaudia Such

Justyna Waliszewska

# TABLET PC - Definicja produktu

typ przenośnego komputera osobistego,  
o charakterystycznych cechach:

- dotykowym ekranie o rozdzielczości nie przekraczającej 14 cali
- brakiem fizycznej klawiatury jako integralnej części obudowy
- wbudowanym modułem łączności bezprzewodowej (WiFi lub 3G/LTE)



# Zastosowania tabletów

- Praca
- Nauka
- Rozrywka
- Komunikacja



# Geneza i historia rozwoju tabletów - I

1888 r.

**Teleautograf**



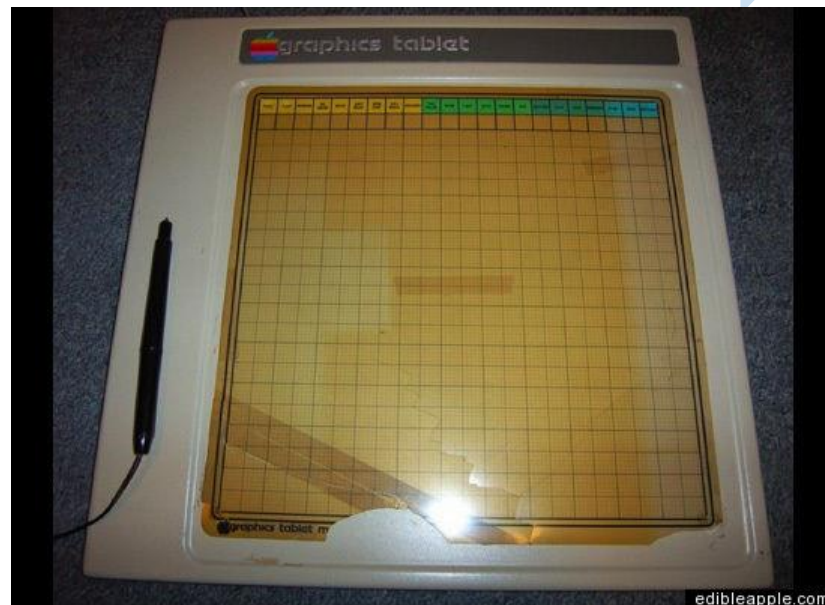
1964 r.

**RAND Tablet  
vel Grafacon**



1979 r.

**Apple Graphics  
Tablet**



# Geneza i historia rozwoju tabletów - I

- **1888 rok**

W USA zostało opatentowane przez Eliszę Graya elektryczne urządzenie do przechwytywania za pomocą rysika pisma odręcznego oraz przekazywania go na odległość za pomocą impulsu elektromagnetycznego zwane teleautografem.

- **1964 rok**

Pierwsze projekty urządzeń tego typu pojawiały się już w latach 60. ubiegłego stulecia. Pierwszy nieśmiały przebłysk nosił nazwę **RAND Tablet vel Grafacon** (od Graphic Converter) stworzony w 1964 roku. Jego cena ówczesna cena wynosiła 18000 USD. Dołączony do tegoż wynalazku stylus wyczuwał elektryczne impulsy przekazywane przez cienką siatkę przewodników rozmieszczonych na powierzchni przekaźnikowej.

- **1979 rok**

Pierwszy sygnał ze strony Apple. Bardzo daleki krewny iPadów nazwany został mianem **Apple Graphics Tablet** i nawet jego cena rynkowa zbliżona była do obecnych produktów. Jednak mimo metki z napisem 650 USD to urządzenie peryferyjne dla komputera Apple II nie odniosło sukcesu. Nie był to nawet tablet PC co tablet graficzny pozwalający na wygodną pracę w ówczesnych programach do edycji grafik.

# Geneza i historia rozwoju tabletów - II

2001 r.

Compaq Tablet

1989 r.  
**GridPad**



Lata 90.



# Geneza i historia rozwoju tabletów - II

- **1989 rok**

Pojawił się wówczas stwór o nazwie **GridPad**, szczycący się mianem urządzenia przenośnego, jednakże jego waga (2267,96 gram) i cena (2370 USD) skutecznie odstraszały potencjalnych nabywców indywidualnych. Slate wyposażony był w ekran dotykowy obsługiwany za pomocą stylusa. Odbiorcą miał być przede wszystkim klient biznesowy, a samo urządzenie przeznaczone było do gromadzenia danych w terenie.

- **1998 r.**

Rok 1998 okazał się przełomowy dla segmentu tabletów ponieważ firma Fujitsu wprowadziła pierwszy tablet wyposażony w kolorowy wyświetlacz dotykowy oraz procesor o taktowaniu 233 MHz. Urządzenie nosiło nazwę Stylistic 2300

- **2001 r.**

Bill Gates zaprezentował stworzony przez Compaq – Compaq Tablet prototyp Tablet PC pracujący pod kontrolą specjalnie do niego przystosowanej wersji systemu Windows XP Tablet PC Edition. Jednak w dalszym ciągu był to laptop z obrotowym ekranem dotykowym. To właśnie produkt Compaq'a spopularyzował termin „tablet PC”.

# XXI wiek



***iPad kontra Samsung Galaxy Tab***



# Ważne wydarzenia w historii rozwoju tabletów w XXI wieku

- **2002** - Microsoft wypuszcza Microsoft Tablet PC, zaprojektowany i wyprodukowany przez HP
- **2005** - Apple przejął firmę Fingerworks, która w latach 1999-2005 rozwinęła technologię multi touch i wykorzystał ich technologię w iPhone. Nokia wyprodukowała Nokia 770 Internet Tablet.
- **2007** - Firma Axiotron zaprezentowała Modbook, tablet bazujący na sprzęcie i oprogramowaniu Apple. 5 września 2007 Apple wprowadziło iPod touch odtwarzacz mp3 z funkcją wifi
- **2008** - 23 września 2008 odbyła się premiera pierwszego systemu operacyjnego firmy Google przeznaczonego na urządzenia przenośne z dotykowym wyświetlaczem nazwanego Android
- **2009** - 16 marca 2009 Firma Motion Computing rozpoczęła sprzedaż opartego na systemie Windows Motion J3400 Tablet PC. 15 lipca 2009 Pojawił się w sprzedaży wyprodukowany przez ASUS tablet EEE PC T91, był on wyposażony w dotykowy, obrotowy ekran oraz system Windows XP
- **2010** - 3 kwietnia 2010 zadebiutował Apple iPad pracujący pod kontrolą systemu iOS stosowanego wcześniej w iPhone i iPod Touch. 2 września 2010 odbyła się premiera Samsung GT-P1000 Galaxy Tab, tabletu wyprodukowanego przez koreańską firmę Samsung działającego na systemie Android 2.2. 22 października HP wypuściło na rynek Tablet HP Slate 500 oparty na systemie Windows 7
- **2011** - 24 luty 2011 Motorola wyprodukowała 10. calowy tablet Xoom oparty o system Android 3.0.  
11 marca 2011 Zadebiutował iPad 2, tylko w marcu sprzedano 2,5 mln egzemplarzy.  
19 kwietnia 2011 Zadebiutował BlackBerry Playbook bazujący na BlackBerry Tablet OS.  
15 listopada 2011 Zadebiutował wyprodukowany przez Amazon tablet Kindle Fire.
- **2012** - 27 luty 2012 Samsung zaprezentował Galaxy Note 10.1 oparty o system Android 4.0.  
7 marca 2012 zadebiutował Apple iPad 3.  
7 czerwca 2012 Zadebiutował Nexus 7 – pierwszy tablet Google wyprodukowany przez Asus.  
2 listopada 2012 odbyła się premiera iPad 4 oraz iPad Mini.
- **2013** - 26 lipca 2013 Zadebiutowała druga wersja Nexus 7.  
22 października 2013 Odbyła się premiera iPad Air.  
22 października 2013 Microsoft wypuścił Surface 2 oparty na procesorze ARM oraz Surface Pro 2 oparty na procesorze Intel Core i5.

# Rodzaje tabletów dostępnych na rynku

**Tablet typu full size**

**Mini tablet**

**Transformer**

**Phablet**



# Rodzaje tabletów dostępnych na rynku - II

## • Tablety typu full size

- Są pierwszym i wciąż najpopularniejszym rodzajem przenośnych urządzeń sterowanych dotykami.
- Są to tablety o największym rozmiarach, jak również o najwyższych parametrach technicznych i użytkowych.
- Na podstawie tej konstrukcji powstały tablety typu transformer, które po podłączeniu klawiatury przypominają tradycyjne laptopy.
- Ten typ tabletu charakteryzuje się rozmiarem ekranu większym niż 9 cali.

# Rodzaje tabletów dostępnych na rynku - III

- **Mini tablety**

- Mini tablety charakteryzują się mniejszym rozmiarem względem pierwotnej konstrukcji, a ich powstanie wynika z chęci dotarcia do konsumenta ceniącego kompaktowe rozmiary urządzenia przenośnego.
- Charakteryzują się nieco słabszymi parametrami względem oryginalnych tabletów, co jest naturalnym następstwem miniaturyzacji.
- Urządzenia te zyskały na znaczeniu wraz z premierą iPada Mini w 2012 roku.
- Rozmiar ich ekranów wynosi standardowo 7 cali.

# Rodzaje tabletów dostępnych na rynku - IV

- **Transformer**

- **ASUS Eee Pad Transformer Prime**
- Tablety typu transformer są odpowiednikami slate PC opartymi na architekturze ARM.
- Ich najważniejszą cechą w stosunku do pierwszych konstrukcji typu tablet jest możliwość podłączenia klawiatury QWERTY, co w efekcie upodabnia tablet do laptopa.
- Konfigurację tę spopularyzowała firma ASUS wprowadzając na rynek tablety z linii Eee Pad Transformer.

# Rodzaje tabletów dostępnych na rynku - V

- **Phablet**

- urządzenie o cechach zarówno smartfona jak i tabletu.
- Jest większy od telefonu komórkowego, ale równocześnie mniejszy od mini tabletu (rozmiar wynosi zwykle 5 cali).
- Częstym akcesorium tego urządzenia jest rysik, co upodabnia phablet do palmtopów.
- Charakteryzują się nieco słabszymi parametrami względem oryginalnych tabletów, co jest naturalnym następstwem miniaturyzacji.

# TABLET – Analiza marketingowej koncepcji produktu

## Rdzeń produktu

- Przenośny komputer służący np. do pracy, rozrywki i wielu innych zastosowań
- Mobilność i wygoda użytkowania
- Dostęp do Internetu, plików i informacji
- Możliwość kontaktów z otoczeniem przy użyciu tego sprzętu
- ...

## Produkt rzeczywisty

- System operacyjny i aplikacje
- Procesor
- Rodzaj matrycy i rozdzielczość
- Rozmiar i waga
- Wielkość ekranu
- Trwałość obudowy
- Marka
- Cena
- Zasilanie, zużycie energii



# TABLET – Analiza marketingowej koncepcji produktu

## Produkt poszerzony

- Możliwość połączenia (+ kompatybilność) z urządzeniami peryferyjnymi (np. smartfonem, TV)
- Klawiatura QWERTY
- Aparat fotograficzny, rejestracja filmów, odtwarzanie muzyki itp.
- Gwarancja i serwis
- Dostępne akcesoria
- Możliwość korzystania z nawigacji

## Produkt potencjalny

- Możliwość udoskonalania urządzenia  
upgrade części, oprogramowania, funkcjonalności
- Możliwość zwiększania rozdzielczości ekranu
- Możliwość wydłużania żywotności baterii
- Całkowita wodoodporność
- Mocniejszy procesor i większa ilość rdzeni
- Lepszy obiektyw do aparatu fotograficznego





# Segmenty konsumentów TABLETÓW

- Osoby mało i średnio zamożne – tablety z niższej półki cenowej z podstawowymi funkcjami
- Osoby zamożne – tablety z górnej półki cenowej, posiadające wiele dodatkowych funkcji
- Łowcy nowinek technologicznych – osoby śledzące trendy, zwracające uwagę wyłącznie na design
- Dzieci – tablety edukacyjne i służące do grania
- Podróżujący – kompatybilne, lekkie tablety, posiadające modem 3G/4G



# Pozycjonowanie / kategorie tabletów

- **Tablety ekonomiczne**

- Idealne dla ucznia i studenta, do rozrywki lub jako narzędzie pracy.
- Największą zaletą tabletów ekonomicznych jest ich bardzo przystępna cena.
- Tani tablet może być świetnym narzędziem pracy i zabawy.
- Zapiszemy na nim notatki, przejrzymy strony internetowe, wyświetlimy film i posłuchamy muzyki.



# Pozycjonowanie / kategorie tabletów

- **Tablety zaawansowane technicznie**

Oferują wiele ciekawych funkcji i możliwości, za które warto zapłacić wyższą cenę.

Gdy nasze oczekiwania i wymagania są bardziej wysublimowane, optymalnego urządzenia powinniśmy szukać wśród produktów z wyższej półki.



# Pozycjonowanie / kategorie tabletów

- **Tablety premium**

- Stylowe, funkcjonalne i komfortowe.
- Tablety dla prawdziwych entuzjastów multimediiów.
- Najwyższa jakość i wydajność.
- Urządzenia o tak dużych możliwościach, że z całą pewnością nie można ich nazwać „zwykłymi tabletami”.
- Niektóre wyglądają prawie jak laptopy.
- Są jednak lżejsze, smuklejsze, oferują znacznie dłuższy czas pracy na baterii i ogromne bogactwo funkcji.



# Pozycjonowanie / kategorie tabletów

- **Tablety z mobilnym systemem operacyjnym Android**
  - Android to system operacyjny na tablety optymalny dla użytkowników, którzy poszukują różnorodności.
  - To popularny system z ogromnymi możliwościami konfiguracyjnymi, oferujący dostęp do setek tysięcy aplikacji.
  - System mobilny Android spotkać możemy zarówno w tabletach ekonomicznych, jak i tych z górnej półki.



# Pozycjonowanie / kategorie tabletów

- **Tablety z systemem operacyjnym Windows**
  - Płynnie działające tablety, z prostym, ale atrakcyjnym i ergonomicznym interfejsem dla biznesmenów oraz entuzjastów multimediiów – oto wizja Microsoftu.
- **Tablety z iOS**
  - Dla wielu osób iPad to synonim tabletu i obiekt prawdziwego pożądania. Firma Apple produkuje najbardziej popularne tablety na świecie.
  - Są eleganckie, świetnie wykonane i nowoczesne.



# Pozycjonowanie / kategorie tabletów

- **Tablety z systemem operacyjnym 3G/4G**
  - Łączność komórkowa oznacza swobodę wymiany danych przez Internet nawet w czasie podróży, gdy jesteśmy odcięci od Wi-Fi.
- **Tablety dla gracza**
  - Gry na urządzeniach mobilnych robią coraz większą furorę.
  - Granie na tablecie może stanowić znakomitą rozrywkę, pod warunkiem jednak, że mamy do czynienia z tabletem o wysokiej wydajności, a same gry są odpowiednio zoptymalizowane.



# Elementy specyfikacji technicznej tabletów

- System operacyjny (Android, Windows, iOS)
- Procesor – model, wydajność, ilość rdzeni
- Wielkość przekątnej ekranu (w calach)
- Rozdzielczość (w pikselach na cal długości)
- Modem (Brak, 3G, LTE)
- Wielkość pamięci wbudowanej [w GB]
- Wielkość pamięci RAM [w GB]
- Maksymalny czas pracy (w h. - bez zewnętrznego zasilania)





# Wiodące Marki producentów tabletów

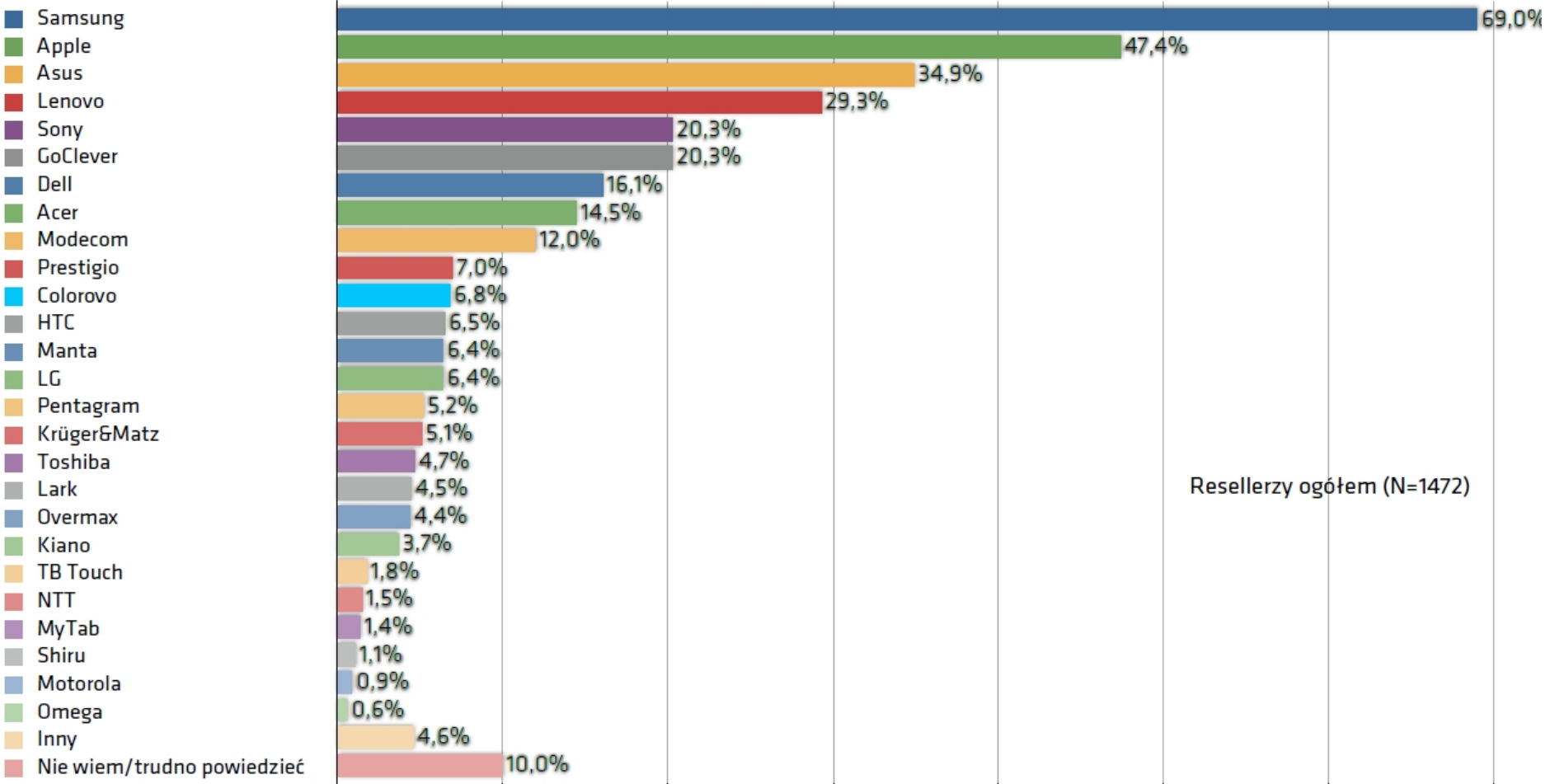
- Udział producentów na rynku tabletów (% i mln szt. sprzedanych tabletów)

PRODUCENT	MLN SZT. (2015)	UDZIAŁ W 2015	MLN SZT. (2014)	UDZIAŁ W 2014	ZMIANA (%)
1. Apple	10,9	24,5%	13,3	27,7%	-17,9%
2. Samsung	7,6	17,0%	8,6	18,0%	-12%
3. Lenovo	2,5	5,7%	2,4	4,9%	6,8%
4. Huawei	1,6	3,7%	0,8	1,7%	103,6%
5. LG	1,6	3,6%	0,5	1,0%	246,4%
pozostali	20,4	45,6%	22,4	46,7%	-9,3%
total:	44,7	100%	48	100	-7,0%

źródło: IDC Worldwide Quarterly Tablet Tracker, 29 lipca 2015, dane uwzględniają tablety i urządzenia hybrydowe 2 w 1.



# Liderzy sprzedaży tabletów w roku 2014



Resellerzy ogółem (N=1472)

■ Samsung, Apple i Asus to spodziewani liderzy sprzedaży tabletów w 2014 roku

Źródło: <http://www.tabletowo.pl/2014/03/04/obraz-polskiego-ryнку-tabletow-w-2014-roku-według-resellerow-ciekawe-dane-w-jednym-miejsku/>

# Najpopularniejsze marki tabletów

**SAMSUNG**



*acer*



**LG**



**HUAWEI**

**Lenovo**™

**ASUS**®

**SONY**

**GO** GOCLEVER  
INFINITE INVENTION



**MANITA**



- Firma Apple zajmuje się projektowaniem i produkcją elektroniki użytkowej i oprogramowania komputerów osobistych
- Produkuje m.in. najbardziej popularne tablety na świecie. Są eleganckie, świetnie wykonane i nowoczesne.
- Ma siedzibę w Kalifornii
- Założona przez Steve'a Wozniaka – projektanta, Steve'a Jobsa i Ronalda Wayne'a
- Od stycznia 2010 roku firma działa poprzez 284 własnych sklepów detalicznych w dziesięciu krajach, oraz za pośrednictwem sklepu internetowego sprzedającego zarówno sprzęt, jak i oprogramowanie.



- Produkty spółki to m.in.: komputery Mac, **iPod**, **iPhone** i **iPad**.
- Oprogramowanie Apple obejmuje **system operacyjny OS X**, przeglądarkę multimedialną **iTunes**, pakiet oprogramowania multimedialnego i kreatywności **iLife**, pakiet oprogramowania biurowego **iWork**, profesjonalny pakiet fotografii **Aperture**, pakiet profesjonalnych rozwiązań wideo **Final Cut Studio** oraz zestaw narzędzi audio **Logic Studio**.

# SAMSUNG

- **Samsung Electronics** – jedno z największych na świecie przedsiębiorstw branży elektronicznej. Centrala znajduje się w Seulu w Korei Południowej, jest częścią grupy Samsung.
- Została założona w 1969 roku w koreańskim Suwon i obecnie zatrudnia ponad 208 tysięcy pracowników w 58 krajach.
- Od chwili założenia firmy Samsung Electronics urosła do rangi lidera w zakresie rozwiązań informatycznych i obecnie posiada ponad 200 oddziałów na całym świecie.
- Oferta firmy obejmuje sprzęt gospodarstwa domowego, taki jak telewizory, monitory, drukarki, lodówki i pralki, a także wiodące produkty z branży telekomunikacyjnej, takie jak smartfony i tablety.

# Lenovo™

- **Lenovo Group Limited** – chińska firma informatyczna, największy na świecie producent komputerów osobistych według szacunków firm IDC oraz Gartner.
- Główna siedziba: Morrisville, Karolina Północna, Stany Zjednoczone
- Lenovo jest jednym ze sponsorów zespołu Vodafone McLaren Mercedes. W 2014 roku Lenovo kupiło Motorolę Mobility od Google za 3 miliardy dolarów
- Firma Lenovo zatrudnia 2000 projektantów i inżynierów skoncentrowanych na cechach, które liczą się dla użytkowników.



- **Huawei Consumer Business Group (BG)** to jedna z 3 grup biznesowych Huawei.
- W ramach tej grupy Huawei oferuje szeroką gamę produktów konsumenckich - od smartfonów i tabletów, przez mobilne routery, po rozwiązania "Internet w domu".
- W niespełna 10 lat od rozpoczęcia działalności w 2003 roku Consumer Business Group zajmuje globalnie trzecie miejsce jeśli chodzi o liczbę sprzedanych smartfonów i pierwsze w sprzedaży routerów.
- W 2014 roku Huawei jako pierwsza chińska marka została sklasyfikowana wśród 100 największych marek na świecie wg. Interbrand (Annual Top 100 Best Global Brands Report).
- Siedzibą firmy jest Shenzhen, w prowincji Guangdong, w Chinach.





- **LG Electronics Inc.** (LG) to czołowa i najbardziej innowacyjna firma z branży elektroniki konsumenckiej.
- To jednocześnie jedna z najlepiej rozpoznawalnych marek na świecie, której powszechnie znany symbol umieszczony na telewizorach, telefonach komórkowych, monitorach, lodówkach czy klimatyzatorach gwarantuje najwyższą jakość oraz najwyższej klasy wzornictwo.
- Na sukces LG pracuje ponad 84 tysiące osób zatrudnionych w 112 oddziałach firmy, w tym w 81 filiach zlokalizowanych na całym świecie.
- Tylko w 2008 r. firma osiągnęła globalną sprzedaż na poziomie 44,7 mld dol.

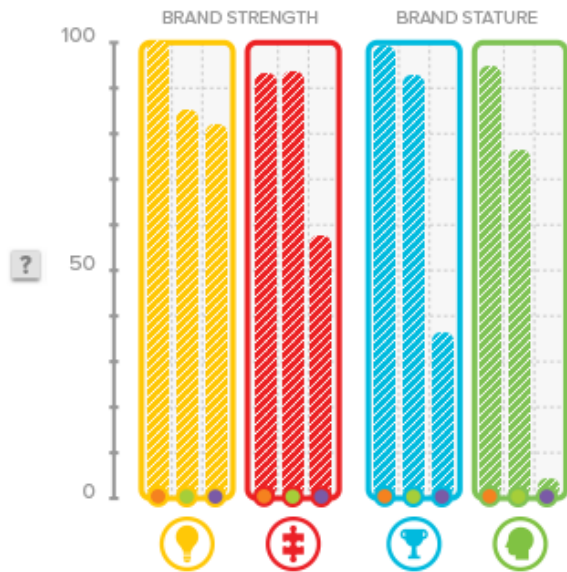
# Wartość marek: Apple oraz LG i Huawei

wg Brand Assets Valuator

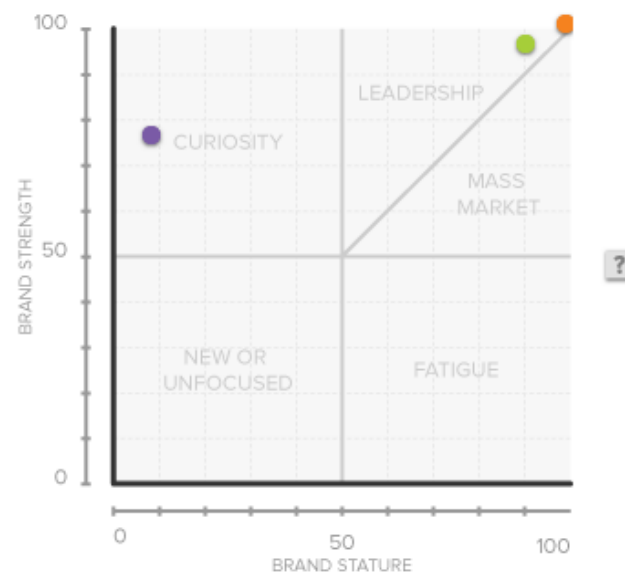
## BRANDASSET® VALUATOR



### PILLAR GRAPHS



### POWER GRID



### THE FOUR PILLARS

- ENERGIZED DIFFERENTIATION
- RELEVANCE
- ESTEEM
- KNOWLEDGE

### BRAND STRENGTH



### BRAND STATURE



### BRAND LISTINGS

SEARCH

clear search

HUAWEI

### SELECTED BRANDS

- APPLE
- LG
- HUAWEI

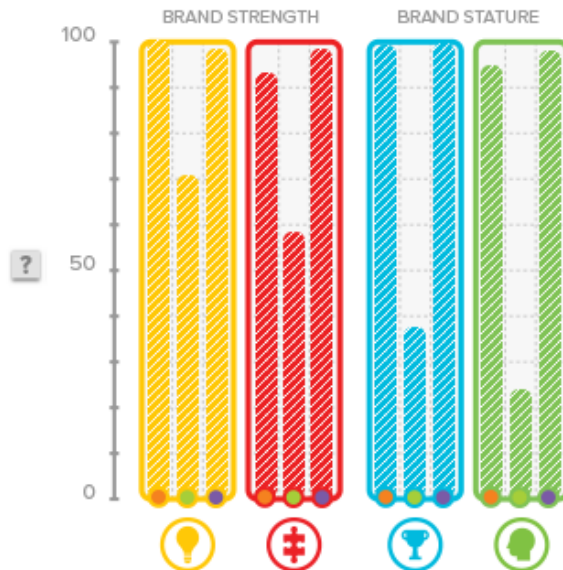
# Wartość marek: Apple oraz Lenovo i Samsung

wg Brand Assets Valuator

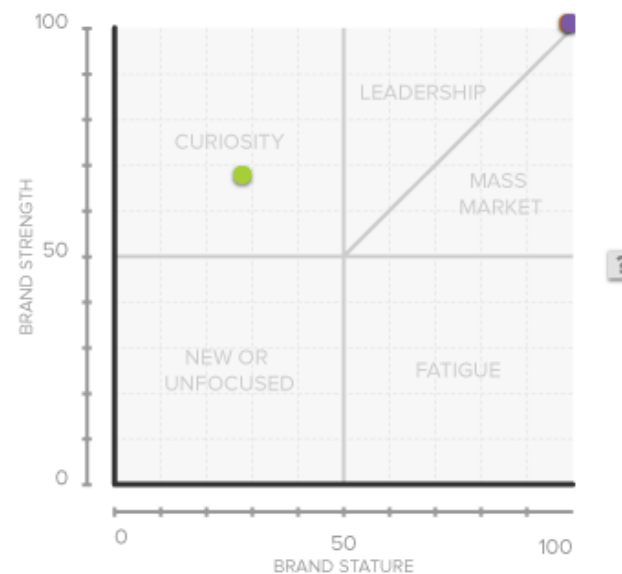
BRANDASSET® VALUATOR



## PILLAR GRAPHS



## POWER GRID



### THE FOUR PILLARS



### BRAND STRENGTH + BRAND STATURE



## BRAND LISTINGS

Search input field with a magnifying glass icon and a "clear search" link below it.

SEARCH

3 MUSKETEERS

3M

## SELECTED BRANDS

- APPLE
- LENOVO
- SAMSUNG

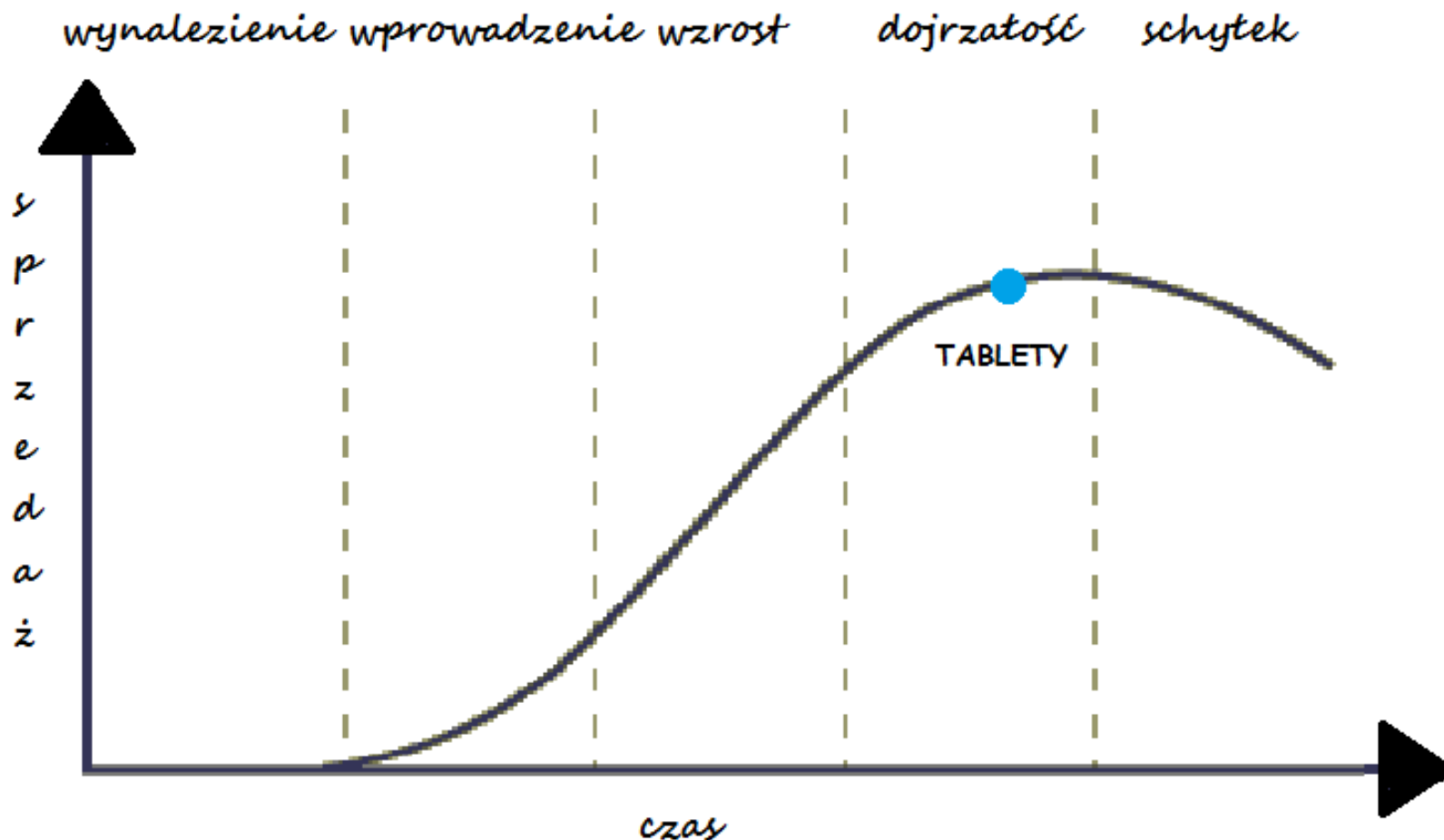
# Tablety - cykl życia produktu

- Rozkwit rynku tabletów - 2013
- Obecnie obserwuje się zdecydowany spadek sprzedaży
- Przyczyna: typowy cykl życia urządzenia.
  - Wymieniane rzadko (co 4 lata)
  - Stabilizacja rynków rozwiniętych
  - Słaba pozycja tabletów i urządzeń hybrydowych z oprogramowaniem Windowsa
  - Coraz większe telefony – sprzeczna polityka producentów ze względu na coraz większe telefony wypierające z rynku tablety

# Tablet - cykl życia produktu

- Cykl życia to około rok – do momentu aż pojawi się nowy model
- W 2013 sprzedaż tabletów wzrosła o 52,2% w stosunku do roku 2012.
- W obecnym roku wzrost sprzedaży wyniesie 7,2% w stosunku do roku ubiegłego. (Różnica prawie 45%)
- Wymieniane rzadko dużo rzadziej niż smartfony,
- Początkowo przewidywano że cykl życia tabletu będzie podobny do smartfona (co 2-3 lata)
- Konsumenci zdążyli już zaspokoić swoje potrzeby. Dodatkowo producenci starają się dbać o konsumentów poprzez na przykład „politykę aktualizacji oprogramowania urządzeń”
- Obecnie tablety z oprogramowaniem Windows stanowią 4,6% rynku, gdzie te z androidem stanowią 67,7%

# Faza w cyklu życia kategorii produktu – TABLETY



# Cykl życia produktu – tablety I

- **Faza wynalezienia:** przed rokiem 1998, który można uznać jako przełomowy i rozpoczęcie fazy wprowadzenia na rynek, wcześniej tablety mało dostępne i bardzo drogie.
- **Faza wprowadzenia:** to rok około 2002, gdzie pierwsze tablety z kolorowymi wyświetlaczami i faktycznie będące urządzeniem mobilnym zostały wypuszczone na rynek.
- **Faza wzrostu:** za rok rozpoczęcie tej fazy można uznać 2008, kiedy powstał zadedykowany system do urządzeń z dotykowymi ekranami.

# Cykl życia produktu – tablety II

- **Faza dojrzałości:** produkt zagnieżdża się na rynku, poziom sprzedaży jest duży. Konkurencja rośnie, rynek powoli zaczyna się przesycać, dochodzi do obniżania cen. Długość fazy dojrzałości zależy od tego jak dużo danego produktu zostało wyprodukowane i wprowadzone na rynek.
- **Faza schyłku:** charakteryzuje się spadającymi cenami produktu, produkt przestaje być atrakcyjny dla klientów. Aby spowolnić dotarcie do fazy schyłku producenci podnoszą możliwości urządzeń, wprowadzają nowe rozwiązania systemowe, zwiększają pamięć czy wydajność tabletów. Mogą również ulepszyć produkt dodany.



# Oferta produktów marki APPLE

Apple specjalizuje się w 6 głównych gałęziach:

- Mac
- iPad
- iPhone
- iWatch
- Apple TV
- Akcesoria



Niektóre gałęzie są powoli odsuwane i przestają być specjalnością firmy i sztandarowym produktem jak na przykład iPady.

Na stronie Apple tylko aktualne i najnowsze produkty.

# Mac

- **MacBook** - najlżejszy, najbardziej kompaktowy notebook
- **MacBook Air** - działa do 9 -12 godzin
- **MacBook Pro** - od 5-13 milionów pikseli
- **iMac** - monitor do komputera
- stacjonarnego
- **Mac Pro** (jednostka stacjonarna), **Mac mini**



# iPad

- iPad Pro
- iPad Air 2
- iPad Air
- iPad mini 4
- iPad mini 2



# iPhone

- iPhone 6s
- iPhone 6
- iPhone 5s
- iPhone 5
- iPhone 4s



Średnio raz do roku wypuszczany jest na rynek nowy iPhone.

# iWatch

It's time!



# Apple TV

- Telewizja z aplikacjami



# Akcesoria do ...

- W ofercie iSpot znajdują się akcesoria Apple i firm trzecich do komputerów iMac, MacBook Pro, MacBook Air, Mac mini i Mac Pro oraz szeroki wybór akcesoriów do iPhone, iPad, iPad Air, iPad mini, iPod classic, iPod shuffle, iPod nano i iPod touch. Oferowany sprzęt chroni produkty Apple, ułatwia korzystanie z nich, wydłuża czas pracy lub pozwala rozwiązać indywidualne potrzeby użytkownika. Dostępne jest też oprogramowanie dla komputerów Mac i rozszerzone plany ochrony AppleCare.



# Dystrybucja produktów marki APPLE

- Apple sprzedaje i dostarcza produkty tylko do wybranych krajów Europejskich
- Autoryzowane sklepy – iSpot
- Ceny - zawsze w walucie kraju z dodatkiem VAT-u i kosztów transportu
- Tak jak Austria, Belgia, Dania (z wyłączeniem Wysp Owczych), Finlandia (z wyłączeniem Wysp Alandzkich), Francja (z wyłączeniem Gujany Francuskiej, Reunionu, Martyniki i Gwadelupy), Niemcy, Irlandia, Włochy (z wyłączeniem Livigno, San Marino i Watykanu), Holandia, Norwegia, Hiszpania (z wyłączeniem Wysp Kanaryjskich, Ceuty i Melilli), Szwecja, Szwajcaria i Wielka Brytania (z wyłączeniem Wysp Normandzkich, Wyspy Man, Gibraltaru i wszelkich innych Dependencji Korony Brytyjskiej oraz terenów zamorskich Wielkiej Brytanii)



# Wygląd iSpot



# Działania marketingowe marki APPLE

- Ogłoszeniem nowego produktu nagłaśniane jako wielkie wydarzenie
- Dbłość o szczegóły zarówno w reklamie jak i projekcie urządzenia
- Obraz jest wart więcej niż tysiąc słów
- Proste, nieskomplikowane rozwiązania
- Minimalizacja dodatkowych informacji- szczegółowej specyfikacji technicznej i ulepszeń w celu uzyskania przejrzystej i eleganckiej ulotki
- Wysoka jakość obsługi klienta
- Reklamy marki Apple zawsze zaskakujące odbiorców

# Działania marketingowe marki APPLE - II

- Ekskluzywne sklepy, ujednolicone, staranne wykończenie każdego elementu produktu
- Doświadczenie w rozszerzaniu gamy produktów
- „Lepiej być najlepszym niż pierwszym na rynku”
- Apple nie wymyśliło nowych przedmiotów tylko doprowadzało do doskonałości już wymyślone
- Stylistyka, sugestywny czytelny przekaz, dużo zapadających w pamięć wyjątkowych obrazów
- Początkowo jedynie firma produkująca oprogramowanie i producent komputerów, wejście na nowy rynek z iPodami – całkowity sukces

# Dziękujemy za uwagę

Klaudia Such

Aneta Rubinowska

Justyna Waliszewska

*Studia zaoczne 2015/2016*