

KOMUNICIRANJE V MEDNARODNEM PODJETJU GORENJE

Irena Knez,
Gorenje d.d.
Tržno komuniciranje



Maribor_16.03._06

GORENJE V PANOZI BELE TEHNIKE

GORENJE – OSEBNA IZKAZNICA

17. Marketinški fokus

- Skupino Gorenje sestavlja krovna družba Gorenje, d.d. in še 47 podjetij: 12 v Sloveniji ter 35 v tujini.
- Število zaposlenih: 10.466
- Osnovna dejavnost je proizvodnja in prodaja bele tehnike.
- Prodaja znaša 3,4 mio velikih aparatov, vrednosti EUR 994,2 m
- Izvoz predstavlja 90% celotne prodaje;
- Tržni delež v Evropi = 4%
- Prisotnost v 60 državah
- Prodaja pod lastnimi znamkami = 72%

GORENJE – STANJE V PANOGI

17. Marketinški fokus

- Panoga bele tehnike je zrela in ne beleži večjih stopenj rasti
- Koncentracija proizvajalcev in distribucije
- Ni velikih, razvojno tehnoloških ali funkcionalnih sprememb
- Prevladujejo nadomestni nakupi (več kot 95% na letni ravni)
- Cena še vedno med odločilnejšimi elementi za nakup; potrošnik dobi za vloženi denar vsak dan več
- Doba proizvoda v uporabi se krajša (moralna zastaranost)
- Razlikovalnost med proizvodi različnih znamk je majhna
- Utrjevanje oz. izgradnja podobe BZ je nuja

GORENJE – POLOŽAJ ZNAMKE V EVROPI

17. Marketinški fokus

Različen položaj znotraj Evrope

Velika tržišča; močna domača industrija; prisotnost vseh globalnih znamk; razvita distribucija; dobra prepoznavnost BZ gorenje s strani distribucije in šibka s strani uporabnikov; tržni delež do 5%

Po obsegu manjša tržišča; domače industrije skoraj ni; prisotnost vseh globalnih znamk; razvita distribucija; dobra prepoznavnost BZ gorenje s strani distribucije in boljša tudi s strani uporabnikov; tržni delež okrog 10%

Tržišča, kjer je Gorenje tržni vodja; prisotne so vse večje globalne znamke; distribucija v tranziciji; dobra prepoznavnost BZ gorenje s strani uporabnikov; tržni delež nad 50%

CILJI, ORGANIZACIJA IN TEHNIKA KOMUNICIRANJA

GORENJE – TRŽNO KOMUNICIRANJE

17. Marketinški fokus

CILJI IN ORGANIZACIJA

Ciji :

- Poenotenje podobe BZ gorenje na vseh tržiščih!
- Optimiranje investicije (2,5 do 3% od prihodkov od prodaje)

Organizacija : centralizirana ali decentralizirana ?

Matična služba



24 podjetij in predstavništev

GORENJE – TRŽNO KOMUNICIRANJE

17. Marketinški fokus

ORGANIZIRANOST

- V matici skrbi za področje priprave komunikacijskih rešitev 10 sodelavcev, ki so organizirani po aktivnostih.
- V podjetjih v tujini imajo vse večje enote vsaj enega sodelavca, ki pokriva tudi komunikacijske aktivnosti.

GORENJE – TRŽNO KOMUNICIRANJE

17. Marketinški fokus

ORGANIZIRANOST

MATICA : PET (poslovne enote v tujini)

- Matična služba TK pripravlja kreativne rešitve do “masters” verzije v slovenskem in angleškem jeziku; po dogovoru tudi izvedbeno
- PET so odgovorne za adaptacijo na lokalni jezik; izbor ustreznih orodij; medijsko planiranje in zakup

Planiranje aktivnosti na letnem nivoju se pripravlja v matici v sodelovanju s PET-i.

GORENJE – TRŽNO KOMUNICIRANJE

17. Marketinški fokus

MATICA : PET (poslovne enote v tujini)

- Katalogi, brošure – matica
- Tiskovine specifično lokalnega značaja – PET
- POS elementi – matica (tiskani del pretežno PET)
- Sejmi, razstave – skupnega pomena matica; lokalno PET
- Izobraževanje trgovcev – PET (bazne podlage matica)
- Promocijske akcije – matica (do masters verzije) – vsa orodja, vključno s promocijskimi darili; PR podlagami; dogodkom....
- Internet (glavni portal in priprava web strani za tržišča)

TEHNIKE KOMUNICIRANJA S PET- i in PRIPOMOČKI

- Marketinška konferenca – julij
- Marketinški svet – kvartalno
- Letni plan – september
- Bilateralni sestanki – v Velenju ali na sedežu PET
- Dnevno komuniciranje (telefon, elektronska pošta)

- Uporaba “TOOL BOX-ov”
- Interna, on line baza “MABAGOR”

“TOOL BOX”

**Orodje za predstavitev
komunikacijskih rešitev in
lokalno adaptacijo**

“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

ČEMU JE NAMENJENA?

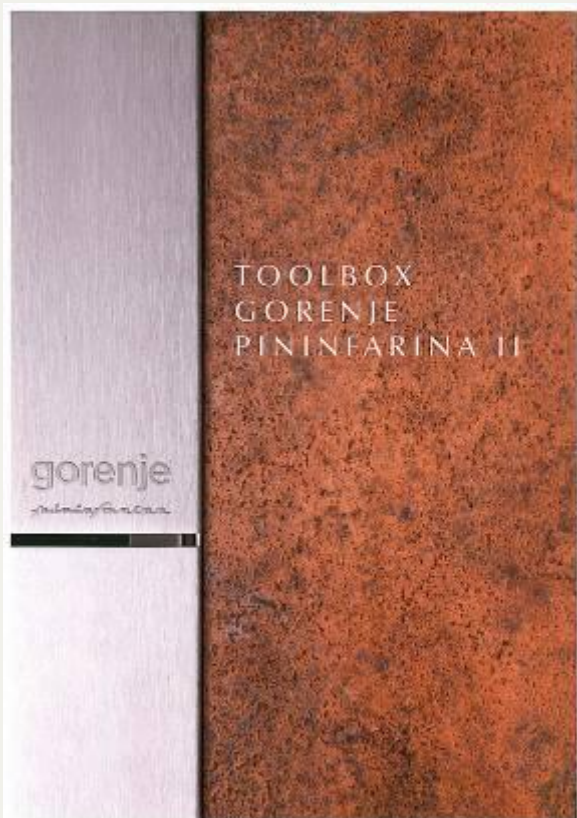
- “TOOL BOX” poimenujemo zbir komunikacijskih rešitev, ki so vezane na nek določen komunikacijski projekt in jih Gorenjeve poslovne enote v tujini dobijo v obliki map. V vsebini so vključeni vsi printi ter zapisi na DVD (visoka resolucija) oz. CD (nizka resolucija).
- Po potrjenih rešitvah s strani matice, le-te posredujemo v Gorenjeva podjetja v tujini, za potrebe lokalnega adaptiranja.

“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – mapa Pininfarina

Vsebina:



COMPLETE OVERVIEW

PART I

Hi-res documents layout, pictures, text manus & CD

1. IMAGE CATALOGUE
(3 versions: FS, BI glassceramic, BI gas)
Product insert
2. MINI IMAGE BROCHURE
3. DIRECT MAIL
 - Envelope
4. PRINT ADS
 - Print ad double page – 3 versions
 - Print ad one page vertical – 1 version
 - Print ad one page horizontal – 3 versions
 - Print ad banner horizontal – 2 versions
5. OUTDOOR
 - Billboard basic
 - Billboard kitchen
 - Billboard construction
 - Citylight
6. TV AD
7. PICTURE BANK – HIRES + LORES

PART II

Lo-res documents layout, pictures, text manus & CD

8. ALL MATERIALS AND MANUSCRIPTS
 - Image catalogue (PDF & word) - 3 versions
 - Product insert (PDF & word)
 - Mini image brochure (PDF + word)
 - Direct Mail (PDF + word)
 - Print ads (PDF + word)
 - Billboards (PDF + word)
 - City light (PDF + word)

PICTURE BANK – LORES (JPG'S)

“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – katalog



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – katalog



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – oglasi



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – gigant



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – gigant



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

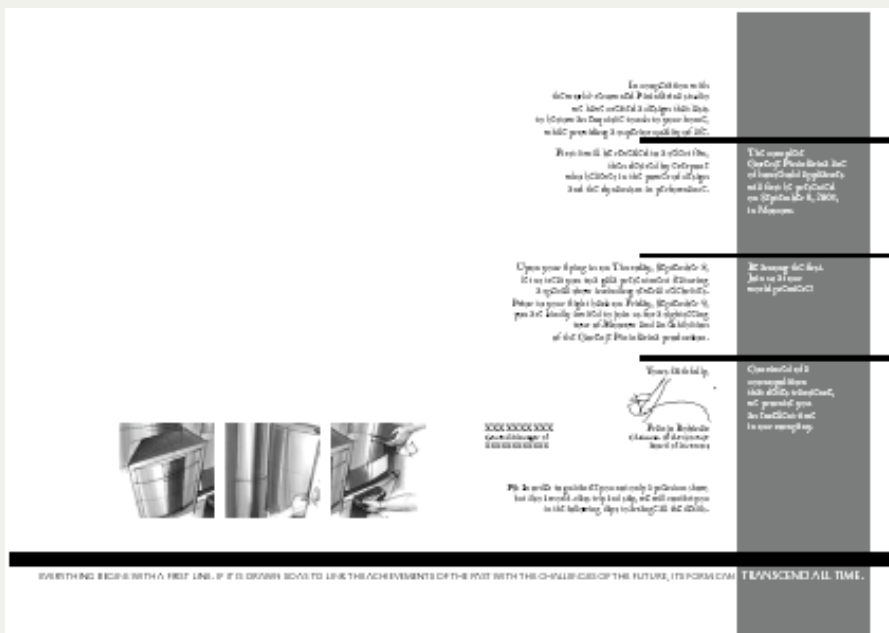
TOOL BOX – direktna pošta



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – vabilo

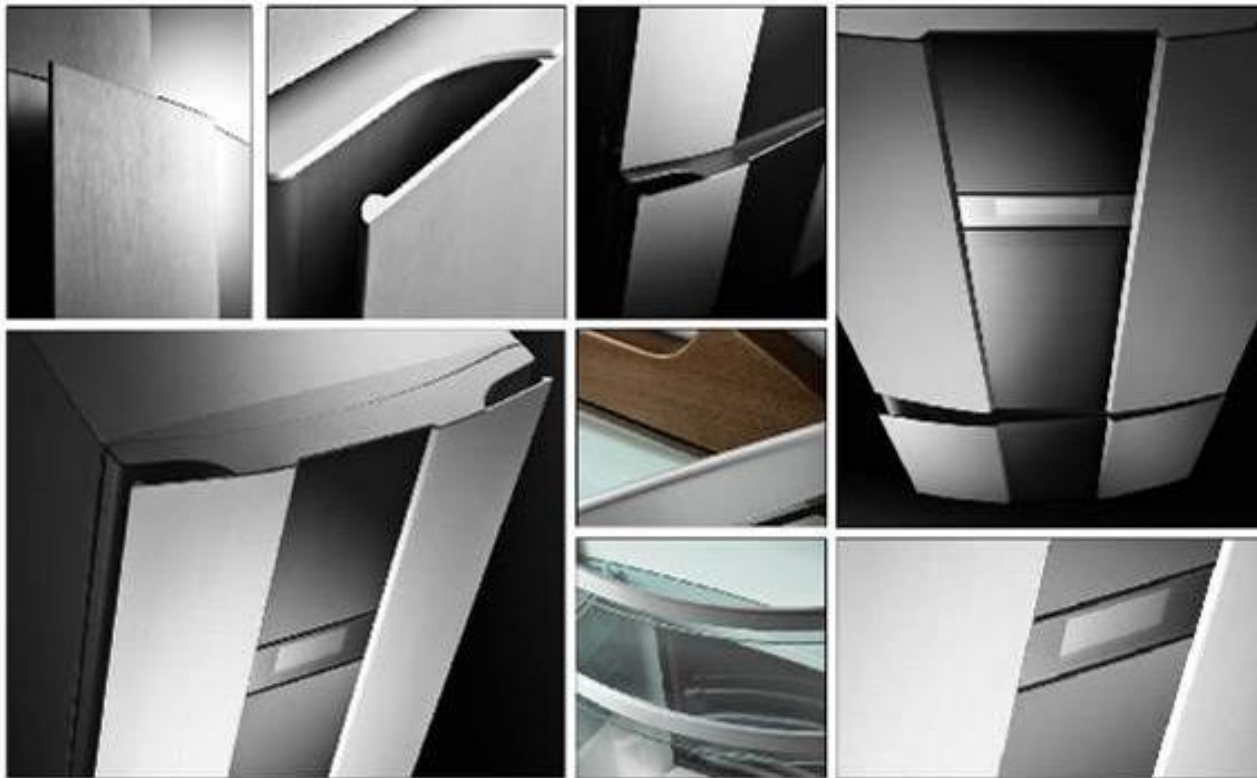


“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – PR fotografije

DESIGN PHOTO



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – PR fotografije

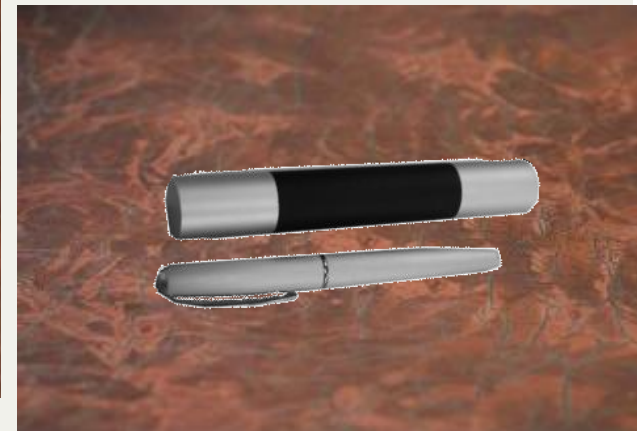
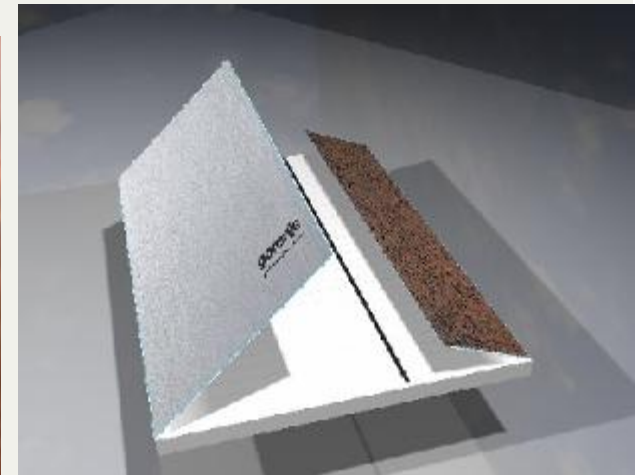
DESIGN PHOTO



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – promo darila - izbor



“TOOL BOX” KOMUNIKACIJA

17. Marketinški fokus

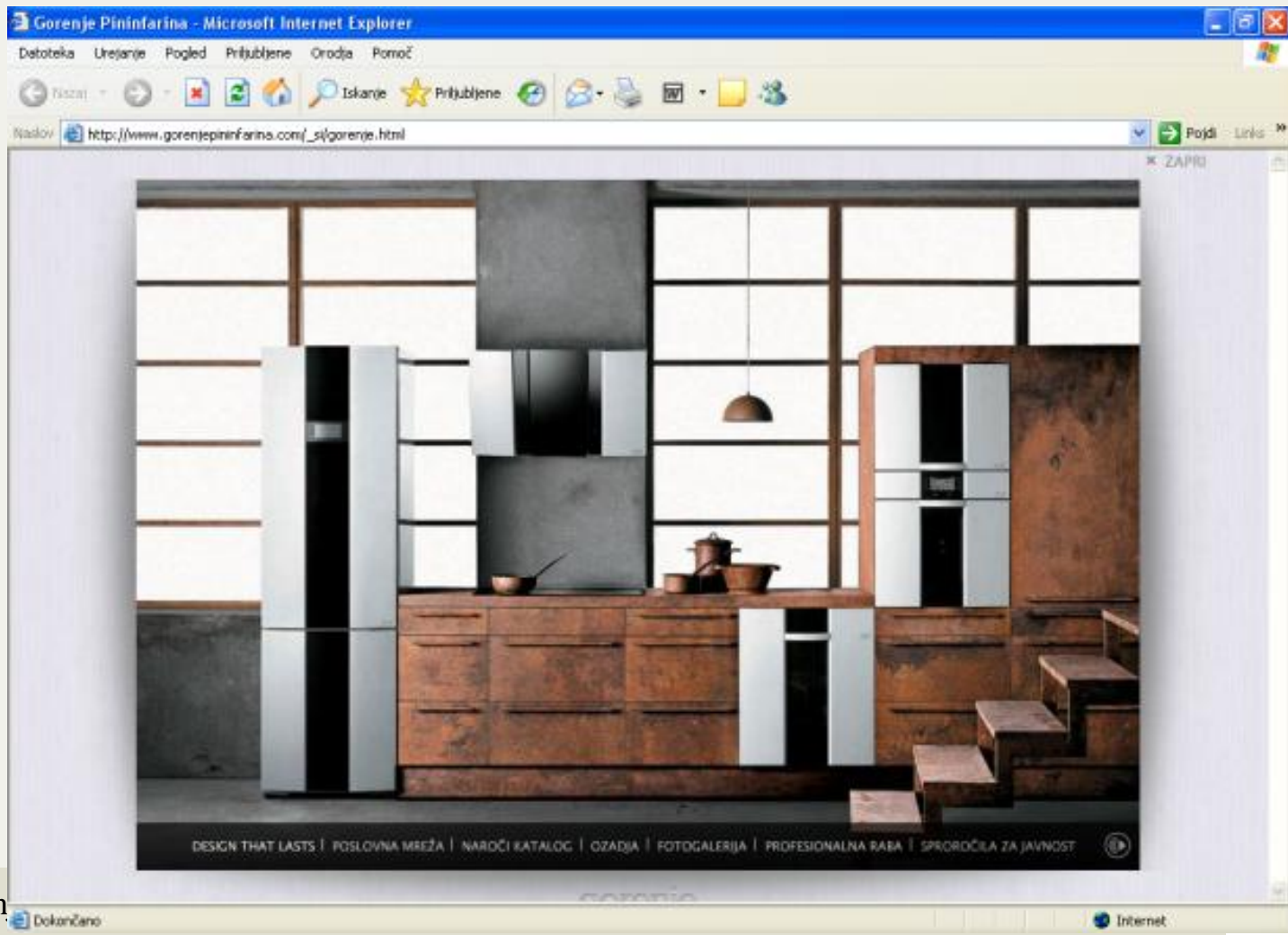
TOOL BOX – POS



GORENJE – TRŽNO KOMUNICIRANJE

17. Marketinški fokus

TOOL BOX – www.gorenjepininfarina.com



ON LINE BAZA MABAGOR

ON LINE BAZA MABAGOR

17. Marketinški fokus

VSEBINA in UPORABNIKI

- **Vsebino** predstavljajo komunikacijske rešitve, ki so bile pripravljene v matici ali na PET-ih.
- **Uporabniki** so interni - **sodelavci na področju Marketinga** v Gorenjevih poslovnih enotah v tujini

ON LINE BAZA MABAGOR

17. Marketinški fokus

OSNOVNI NAMEN

- zagotoviti sprotno obveščanje PET z najnovejšimi komunikacijskimi rešitvami in ostalimi informacijami
- izboljšati preglednost nad vsemi komunikacijskimi vsebinami
- omogočiti najenostavnejšo dostopnost do različnih vsebin – vse na enem mestu
- predstaviti idejne rešitve, ki so nastale lokalno – kroženje idej tudi med tržišči
- Interaktivna komunikacija – tematski forum, za učinkovitejše reševanje dilem

ON LINE BAZA MABAGOR

17. Marketinški fokus

MABAGOR, Gorenje d.d. - Microsoft Internet Explorer

Datoteka Urejanje Pogled Prijjubljene Orodja Pomoč

Naslov <http://mabagor.av-studio.si/home.aspx> Pojdi

Picture bank | Selling catalogue | Promotional campaigns | POS displays | Fairs & Exhibitions
Design manual | Presentations for dealers | Usefull www links | Forum

gorenje

Home | Search | User | Logout | Key | Help | Power

Softbox:

Welcome to MABAGOR - Gorenje's marketing database

We present the MABAGOR base as an effective and easy to use tool in order to reach all existed or new communication solutions and other marketing informations. Gorenje Marketing people should have an opportunity to reach all important data as quickly as possible. Besides that, MABAGOR also represents an internal, on line meeting point, where all basic or markets ideas will meet and could be discussed.

This tool should make us constantly informed and should always give the best possible overview on what is going on in Marketing, within Gorenje and broader. It will also save some time in surching relevant internal informations which could be more efficiently used for strategic and operative work on the markets and in mother company.

Gorenje Marketing

WHAT'S UP MUM!

Latest novelties

Latest materials

	Design manual - GORENJE	(01.03.2006)
	Design manual - KÖRTING	(28.02.2006)

gorenje s-dax körtling

Copyright © 2005 Gorenje AV studio

Internet

ON LINE BAZA MABAGOR

17. Marketinški fokus

MABAGOR, Gorenje d.d. - Microsoft Internet Explorer

Datoteka Urejanje Pogled Prijubljene Orodja Pomoč

Nazaj Iskanje Prijubljene

Naslov <http://mabagor.av-studio.si/directory.aspx?did=100100> Pojdi

Picture bank | **Selling catalogue** | Promotional campaigns | POS displays | Fairs & Exhibitions
Design manual | Presentations for dealers | Usefull www links | Forum







gorenje

Home Search User Logout Key Help Power Softbox

Picture bank/Objective photos

Images(173) Documents(0) Multimedia(0)

Result pages 1 2 3 4 5 6 ... > >>

 <p>Appliance type: Refrigerator Type: HTS1326 Model: RB4137W Code: 147593 Selling country: Skandinavia</p> <p>Image hi-res edit -> softbox</p>	 <p>Appliance type: Refrigerator Type: HTS1726 Model: RB4179W Code: 144923 Selling country: Skandinavia</p> <p>Image hi-res edit -> softbox</p>	 <p>Appliance type: Refrigerator Type: HTS1726 Model: RB4179W Code: 144923 Selling country: Skandinavia</p> <p>Image hi-res edit -> softbox</p>
		

Appliance type: Refrigerator
Selling mark: no selling mark selected
Selling line: no line selected
Selling country: no country selected
Search
12 images per page

Internet

ON LINE BAZA MABAGOR

17. Marketinški fokus

MABAGOR, Gorenje d. d. - Microsoft Internet Explorer

Datoteka Urejanje Pogled Prijubljene Orodja Pomoč

Nazaj Iskanje Prijubljene

http://mabagor.av-studio.si/directory.aspx?did=100101 Pojd

gorenje

Picture bank | Selling catalogue | Promotional campaigns | POS displays | Fairs & Exhibitions

Design manual | Presentations for dealers | Usefull www links | Forum

Selling catalogue/Gorenje/White goods/Built In

Images(0) Documents(13) Multimedia(0)

Result pages 1 2 > >>

	File title: Built-in autumn/winter - SLO Original file name: Katalog Vgradni - Slovenija jesen-zima.pdf Year: 2005 Create date: 23.11.2005 File size: 3.33 Mb Language: slovenian Description:
	File title: Built-in - ENG Original file name: Catalogue Built-In - 05 - ENG.pdf Year: 2005 Create date: 01.07.2005 File size: 3.98 Mb Language: english Description:
	File title: Built-in - Models - SRB Original file name: Catalogue BI Small - 05 - SRB.pdf Year: 2005 Create date: 01.07.2005 File size: 1.19 Mb Description:

Dokončano Internet

ON LINE BAZA MABAGOR

17. Marketinški fokus

MABAGOR, Gorenje d.d. - Microsoft Internet Explorer

Datoteka Urejanje Pogled Prijubljene Orodja Pomoč

Nazaj Iskanje Prijubljene

Naslov <http://mabagor.av-studio.si/directory.aspx?did=100102> Pojdi

Picture bank | Selling catalogue | Promotional campaigns | POS displays | Fairs & Exhibitions

Design manual | Presentations for dealers | Usefull www links | Forum

gorenje

Promotional campaigns/Gorenje Pininfarina/Basic solutions/Catalogue, brochure

Images(0) Documents(?) Multimedia(0)

Result pages 1

	File title: Product insert Original file name: Product_insert.pdf Year: 2005 Create date: 22.07.2005 File size: 3.03 Mb Language: english Description:
	File title: Brochure - Mini image Original file name: Mini_image_brochure.pdf Year: 2005 Create date: 22.07.2005 File size: 2.58 Mb Language: english Description:
	File title: Brochure - Mini image Original file name: Mini_image_brochure.doc Year: 2005 Create date: 22.07.2005 File size: 21.00 Kb Language: english Description:

VIZIJA IN KOMUNICIRANJE

GORENJE – SMER KOMUNICIRANJA

17. Marketinški fokus

Kako naprej?

- Izgradnja močne znamke pri trgovcih in povečanje zaupanja vanjo
- Povečevanje zavedanja BZ gorenje pri ciljnih javnostih



GORENJE – TRŽNO KOMUNICIRANJE

17. Marketinški fokus

VIZIJA GORENJA

Želimo postati najbolj inovativen, v oblikovanje usmerjen proizvajalec gospodinjskih aparatov na svetu!

SMER KOMUNICIRANJA

Dizajn je tista komponenta, ki lahko prinese **razlikovalnost** v dojemanju proizvodov na bolj **emotivnem** nivoju. V **Gorenju** smo povezali **funkcionalnost** (sodobna tehnologija, enostavno upravljanje, varnost,..) in **dizajn**.

Temu ustrezna bo tudi prilagoditev komunikacije na najširšem možnem nivoju.

HVALA ZA POZORNOST

irena.knez@gorenje.si