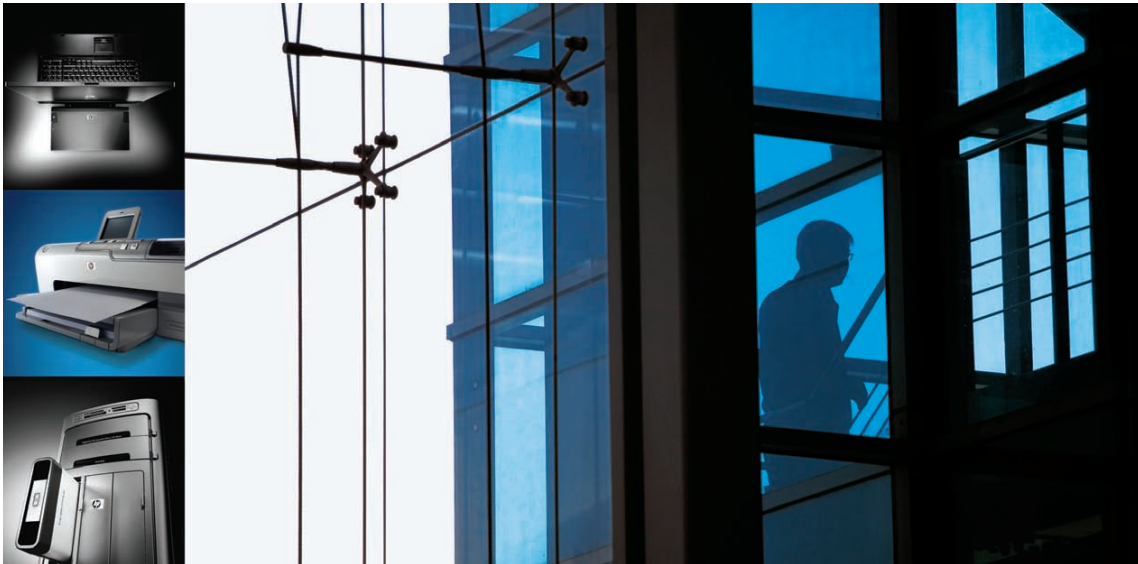




www.hp.pl

HP jest światowym dostawcą rozwiązań z zakresu nowych technologii dla użytkowników indywidualnych, firm oraz instytucji na całym świecie, o przychodach wynoszących ponad 90 mld dol. rocznie. Działa w 170 krajach, zatrudnia 150 tys. profesjonalistów i obejmuje swoim zasięgiem obszar, na którym używa się 43 walut. Za marką HP stoją globalna wiedza i doświadczenie lidera rynku.



Oferta i wartości

Oferta HP obejmuje infrastrukturę IT, globalne usługi informatyczne, systemy komputerowe dla firm i klientów indywidualnych oraz rozwiązania druku i przetwarzania obrazu. Każdego dnia miliony użytkowników na całym świecie korzystają z technologii HP, która oferuje innowacyjne, niezawodne produkty oraz usługi – począwszy od małych urządzeń przenośnych, a skończywszy na zaawansowanych rozwiązaniach IT dedykowanych dużym przedsiębiorstwom.

- **Dział Rozwiązań dla Przedsiębiorstw** (TSG – *Technology Solutions Group*) odpowiada za serwery, pamięci masowe, oprogramowanie i usługi oraz za komunikację z dużymi klientami
- **Dział Komputerowych Systemów Osobistych** (PSG – *Personal Systems Group*) koncentruje się na notebookach, komputerach biurowych, stacjach roboczych, terminalach, komputerach kieszonkowych oraz monitorach

- **Dział Druku i Przetwarzania Obrazu** (IPG – *Imaging and Printing Group*) utrzymuje pozycję HP jako największego dostawcy rozwiązań druku i przetwarzania obrazu dla firm i użytkowników indywidualnych oraz systemów cyfrowego przetwarzania obrazów i publikacji. Oferta IPG obejmuje drukarki, urządzenia do cyfrowego przetwarzania obrazów, a także aparaty fotograficzne i skanery oraz urządzenia do druku wielkoformatowego i przemysłowego
- U podstaw wizerunku marki HP leży przyrzeczenie składane wszystkim klientom: „We can help you do that” (Z nami tego dokonasz). Obietnica ta wyraża zobowiązanie HP do przestrzegania idei działania dla dobra klientów, ważnej od początku działalności firmy. Wyjątkowy charakter marki HP najtrafniej oddają trzy cechy: *Inspired, Genuine, Trusted*. Każda z nich symbolizuje wartości, które ukształtowały HP w przeszłości i wytyczają obecne aspiracje firmy, takie jak innowacyjność i pomysłowość w ułatwianiu życia klientom, pasję w pomaganiu ludziom w osiągnięciu ich celów oraz przyjazne, partnerskie

i godne zaufania podejście do biznesu, przejawiające się w działaniu zgodnym z hasłem „We do what we say” (Dotrzymujemy słowa). Wpisane w logo firmy słowo „invent” to zobowiązanie do ciągłej innowacyjności. Dlatego w każdym obszarze działania HP skupia się przede wszystkim na zastosowaniu nowatorskich idei, służących jak najłatwiejszemu wykorzystaniu nowych technologii. By sprostać temu wyzwaniu, HP każdego roku inwestuje w badania i rozwój 3,5 mld dol.

Innowacje i promocje

Wśród międzynarodowych kampanii HP szczególnie pozytywnym przyjęciem cieszyła się kampania HP Digital Photography, która wystartowała jesienią 2003 r. i podkreślała łatwość korzystania z produktów HP (aparatów i drukarek fotograficznych) w całym procesie związanym z fotografią cyfrową – od uchwycenia kadru aż po jego wydruk. Spoty reklamowe będące częścią tej kampanii wykorzystywały charakterystyczny efekt „zamrażania” ruchomych obrazów. Kampania wywołała niespotykany wcześniej odzew



ze strony konsumentów i zyskała uznanie w oczach fachowców z branży reklamowej, zdobywając tytuł kampanii roku przyznawany przez „Adweek Magazine”.

Na początku 2004 r. HP uruchomiło kampanię Change +hp (Zmiana +hp) skierowaną do dużych przedsiębiorstw. Kampania ta podkreślała korzyści, jakie mogą odnieść firmy dzięki umiejętności przystosowywania się do stale zmieniających się warunków rynkowych oraz wymagań klientów. Przystosowanie do zmiany gwarantuje w tym wypadku oczywiście zastosowanie nowoczesnej platformy technologicznej. Obie kampanie były częścią globalnej kampanii promującej markę +HP. W ciągu dwóch lat od momentu uruchomienia kampanii +HP wartość marki HP według rankingu Interbrand wzrosła o 24 proc., a sama kampania przysporzyła HP wiele prestiżowych nagród, w tym m.in. tytuł International Advertiser of the Year 2004 przyznany przez brytyjski magazyn „Campaign”, Nikkei Brand Award w latach 2003 i 2004 w Japonii, Grand Effie w 2004 r. w Rosji czy też Vision Award w 2004 r., przyznaną przez New York Art Directors Club.

Innym przykładem globalnej kampanii pozycjonującej markę jest rozpoczęta pod hasłem Personal Again (Komputer znów jest osobisty) przez Dział Komputerowych Systemów Osobistych w maju 2006 r. zintegrowana kampania marketingowa skierowana na jednoznaczną identyfikację marki HP (hp.pl/personal). Podkreśla ona indywidualny stosunek użytkowników do swoich komputerów

1939

Bill Hewlett i Dave Packard wybierają nazwę dla firmy, a kolejność nazwisk ustalać rzucając monetą

1941

Powstaje pierwsze logo. Składa się ze stylizowanych pochyłych małych liter hp wpisanych w koło. Wzrost obrotów pozwala na przeniesienie się z prowizorycznego garażu do pobliskiego budynku

1946

Uproszczenie logo zwiększa jego czytelność i ułatwia grawerowanie na produktach. Najważniejsze elementy logo pozostaną niezmienione przez 21 lat. Wprowadzenie nowych linii produktów i zdobywanie nowych obszarów rynku

i buduje emocjonalne więzi między użytkownikami i marką oraz niesie przekaz, że komputery stały się dla użytkowników czymś bardzo osobistym. Posłużenie się stylizowanymi zarysami głowy i ręki podkreśla „osobisty charakter” kampanii, a w celu wzmocnienia tego efektu informacje o komputerach i ich roli w życiu użytkowników mają formę pisma odręcznego w stylu retro. Kampania będzie kontynuowana przez najbliższe 2 lata.

Kontekst rynkowy

HP to największa firma na rynku użytkowych indywidualnych IT, największa na świecie firma IT dostarczająca rozwiązania dla małego i średniego biznesu oraz czołowa firma IT w sektorze przedsiębiorstw. Na całym świecie HP ma 70 tys. partnerów usługowych oraz 210 tys. partnerów handlowych. HP to też światowy lider m.in. w dziedzinie profesjonalnych technologii druku i przetwarzania obrazu, serwerów i systemów pamięci masowych oraz zapewnienia ciągłości pracy systemów informatycznych. To także jeden z liderów na świecie wśród producentów notebooków, przenośnych komputerów PC, stacji roboczych i serwerów kasetowych.

Polski oddział HP powstał w 1991 r. W ciągu 6 lat HP stał się największą firmą informatyczną w Polsce (wg Computerworld Top 200 i Teleinfo 500) i do dziś zajmuje pozycję lidera rynku. HP realizuje najbardziej prestiżowe projekty informatyczne dla największych polskich firm. W warszawskiej siedzibie i 12 regionalnych biurach serwisowych łącznie zatrudnionych jest niemal tysiąc osób. W 2005 r. HP otworzył e-Global Business Operations we Wrocławiu – nowe centrum *outsourcingowe*, w którym w ciągu najbliższych 5 lat zatrudnienie znajdzie kolejnych tysiąc osób.

Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

HP to jedna z najcenniejszych marek świata. Z wartością szacowaną na 20,5 mld dolarów HP zajmuje 13. miejsce w opracowanym przez Interbrand ranking Best Global Brands 2006, odnotowując 8-proc. wzrost w porównaniu z 2005 r. Spośród globalnych wyróżnień przyznanych marce HP szczególnie prestiżowe jest zajęcie drugiego miejsca na liście 100 Best Corporate Citizens – publikowanym każdego roku przez „Business Ethics” badaniem oceniającym społeczność odpowiedzialność biznesu. W każdej z dotychczasowych siedmiu edycji tego zestawienia firma HP zajmowała pozycję w pierwszej dziesiątce.

HP to jedna z wiodących firm na świecie, które podejmują działania w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Angażuje się szczególnie w programy i akcje służące ochronie środowiska. W Polsce firma rozwinęła na dużą skalę Program Ekologiczny HP, w ramach którego realizuje strategię proekologiczną oraz politykę zwiększania dostępu do technologii informatycznych poprzez:

1967

Wraz z rozwojem HP rośnie zróżnicowanie oferty firmy. Wkrótce po wprowadzeniu pierwszego komputera HP logo zostaje zmienione na bardziej nowoczesne i lepiej obrazujące kierunek rozwoju firmy

1968

Powstaje kilka projektów logo przeznaczonych wyłącznie do eksponowania na produktach HP. Wśród nich zaokrąglony prostokąt w ramce, zawierający pochyłone małe litery hp. W tej wersji logo przetrwa kolejne 10 lat – okres boomu na rynku kalkulatorów. HP buduje zakłady na całym świecie i wprowadza innowacyjne urządzenia elektroniczne, medyczne i analityczne

To, czego nie wiedziałeś

- HP rejestruje średnio 11 patentów dziennie
- W 2005 r. użytkownicy zapisali i wymienili ponad 140 mld cyfrowych zdjęć z wykorzystaniem technologii HP
- Prawa jazdy i dowody osobiste w Polsce są realizowane dzięki systemowi HP
- HP zapewnia funkcjonowanie 100 giełd walutowych i towarowych na całym świecie, w tym New York Stock Exchange i Giełdy Papierów Wartościowych w Warszawie
- Jednym z pierwszych klientów HP była wytwórnia filmowa Walta Disneya, która zakupiła osiem oscylatorów do produkcji ścieżki dźwiękowej do filmu „Fantazja”
- Ponad 80 proc. SMS-ów na całym świecie dociera do adresatów dzięki rozwiązaniom HP
- Usługa numeru ratunkowego 911 w USA została w całości zrealizowana na platformie HP OpenCall
- Wkłady z atramentem HP stanowią niemal dwie trzecie wszystkich wkładów sprzedawanych na świecie

- Konkurs Ekologiczny HP – skierowany do organizacji pozarządowych oraz szkół. Jego celem jest wyłonienie najciekawszych inicjatyw i pomysłów służących zmniejszeniu zanieczyszczenia środowiska. W ciągu 6 lat trwania konkursu firma HP nagrodziła 41 projektów na kwotę blisko 0,5 mln zł
- Program Odbioru i Recyklingu Wkładów HP do Drukarek – integralna część uruchomionego przez HP ponad 10 lat temu programu Planet Partners (tm). Zapewnia klientom przyjazne dla środowiska rozwiązania przetwarzania zużytych materiałów eksploatacyjnych do drukarek
- Sponsoring nagrody w kategorii ochrony środowiska w konkursie Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich
- HP wspiera też projekty edukacyjne, kulturalne i wspomaga organizacje charytatywne. Od 2003 r. HP przez 2 lata brał udział w programie Internet w Szkołach – Projekt Prezydenta RP, mającym na celu wyrównywanie szans polskiej młodzieży szkolnej. Od momentu przyłączenia się do tej akcji firma ufundowała siedem w pełni wyposażonych pracowników komputerowych. Wartość każdej z nich wyniosła blisko 100 tys. zł. W 2004 r. w dowód uznania za wsparcie udzielone Fundacji Wspólna Droga firma HP otrzymała tytuł Srebrnego Darczyńcy Roku, a w 2005 r. za działania na polu kultury i sztuki została wyróżniona nagrodą Arts & Business Awards w kategorii Wydarzenie Roku za wspieranie festiwalu Biennale Sztuki Mediów WRO.

1979

Logo przybiera bardziej podłużny kształt odpowiadający nowemu wzornictwu produktów HP. Nazwiska założycieli firmy zostają zapisane specjalną czcionką nazwaną HP Gothic, natomiast pochyłe hp wpisane w otwarte koło zachowuje ducha oryginalnego projektu

1999

Najnowsza modyfikacja logo odzwierciedlająca innowacyjność nowego HP. W logo zostają zachowane pochyłone litery hp wpisane w koło imieszczone wewnątrz zaokrąglonego prostokąta. Do elementów logo zostaje dodany cień. U dołu pojawia się pisane małymi literami słowo „invent” – bądź innowacyjny