

PHILIPS

sense and simplicity



www.philips.pl

Philips to marka, która poprzez wprowadzanie znaczących innowacji technicznych nieustannie dąży do poprawy jakości życia ludzi. Ale prawdziwym odkryciem Philipsa – poza wieloma wynalazkami wyznaczającymi milowe kroki postępu technologicznego i cywilizacyjnego – jest zrozumienie, że prostota może być celem technologii i że ludzie na całym świecie chcą korzystać z urządzeń, których obsługa nie sprawia im trudności.

Oferta i wartości

W świecie, w którym technika oddziałuje na każdy aspekt codziennego życia, Philips jest jednym z głównych dostawców rozwiązań w obszarze opieki zdrowotnej i stylu życia. Aspiruje do miana najbardziej podziwianej firmy w branży i w opinii wszystkich swoich grup interesów. Dlatego właśnie Philips obiecuje tworzyć urządzenia przyjazne w obsłudze i zaprojektowane z myślą o użytkowniku, a jednocześnie zaawansowane technologicznie. W chwili obecnej Philips rozwija swoje działania w następujących obszarach: Oświetlenie, Systemy Medyczne, Elektronika Użytkowa oraz Drobną Sprzęt Gospodarski i Higieny Osobistej.

Innowacje i promocje

Do 2005 r. Philips zarejestrował ponad 115 tys. patentów w każdej niemal dziedzinie technologii. Jedenaście laboratoriów i centrów badawczych na całym świecie – od Indii po USA – zatrudnia ponad 3 tys. naukowców. Co roku na rozwój i badania przeznaczane jest średnio około 8 proc. sprzedaży. Na przedmieściach Eindhoven w Holandii powstał supernowoczesny High Tech Campus – miasteczko naukowo-badawcze wkomponowane w krajobraz okolicznych lasów i łąk, wyposażone w sklepy, obiekty sportowe. Jest to jeden z najnowocześniejszych ośrodków tego typu w Europie.

Philips to dla bardzo wielu użytkowników synonim doskonałego wzornictwa. W 2005 r. Philips Design, stworzona przez Philips jednostka odpowiedzialna za wzornictwo, badanie trendów oraz tworzenie jedynych w swoim rodzaju futurystycznych scenariuszy przyszłości, obchodziła 80-lecie istnienia. Powstała, gdy o naprawdę wysokiej klasy wzornictwie myślało niewiele firm.

W 1990 r. Philips wprowadził przyrzeczenie marki „Let's make things better”, które doczekało się doskonałego polskiego tłumaczenia: „Odkryjmy lepszy świat”. Przez ponad dekadę towarzyszyło licznym kampaniom reklamowym, które zgodnie z ówczesnym założeniem koncentrowały się na przedstawieniu najbardziej prestiżowych produktów i urządzeń marki Philips.

Przełomem dla identyfikacji marki Philips był 13 września 2004 r. Tego dnia wprowadzono nowe pozycjonowanie marki: „Sense and Simplicity” (na rynku polskim obowiązuje ono w wersji angielskiej). Ruszyła ogromna, warta 160 mln euro kampania reklamowa, która w 2004 i w 2005 r. była prowadzona w USA, Holandii, Niemczech, Włoszech, Wielkiej Brytanii, Francji i Chinach. Drugi etap kampanii objął swoim zasięgiem również Indie, Rosję, Hiszpanię oraz Brazylię. Przekaz reklamowy kampanii skoncentrowano na grupie docelowej, składającej się z 20 proc. osób, które dokonują 80 proc. zakupów. To dobrze zarabiające osoby szczerba decyzyjnego w wieku 35-55 lat,

którzy są zniechęceni otaczającą ich skomplikowaną technologią. Gerard Kleisterlee, prezes Royal Philips Electronics podsumował cel nowego pozycjonowania: „Philips nie jest jedyną firmą technologiczną, która rozumie potrzebę prostych rozwiązań, ale jesteśmy pierwszymi, którzy deklarują chęć działania w tym kierunku. Nasza droga do innowacji nie prowadzi przez zwiększanie złożoności, ale zwiększanie prostoty, która w obecnych czasach jest w modzie.”

Nowy przekaz reklamowy ma podkreślać wizerunek marki Philips jako firmy działającej w dwóch strategicznych obszarach: ochrony zdrowia i stylu życia, a także dostawy innowacyjnych i równocześnie przyjaznych w użytkowaniu rozwiązań zaprojektowanych z myślą o klientach. Według Philipsa technologia ma być tak prosta jak jej opakowanie („Technology must be as simple as the box it comes in”).

Kontekst rynkowy

Royal Philips Electronics jest światowym liderem na rynku diagnostycznego sprzętu medycznego, systemów monitorowania stanu zdrowia pacjenta, energooszczędnych rozwiązań oświetleniowych oraz drobnego AGD i elektroniki użytkowej. Firma z centralą w Holandii zatrudnia ok. 125 500 pracowników w ponad 60 krajach na całym świecie. W 2005 r. światowa sprzedaż Philips osiągnęła 30,4 mld euro.



W Polsce firma rozpoczęła swoje operacje w 1921 r., zatrudniając ponad tysiąc osób w chwili wybuchu wojny. Philips ponownie rozpoczął działalność w Polsce w 1991 r. i dziś znajduje się w gronie największych inwestorów na rynku polskim z zainwestowanym kapitałem sięgającym ok. 500 mln euro. Firma posiada na terenie kraju 5 zakładów produkcyjnych, w których łączne zatrudnienie wynosi ponad 8 tys. osób. Philips przyczynia się również do poprawy bilansu płatniczego Polski poprzez eksport wyrobów (osprzętu i elektroniki oświetleniowej, sprzętu gospodarstwa domowego), który stanowi znaczną część (średnio ok. 70 proc.) sprzedaży poszczególnych zakładów produkcyjnych. W sierpniu 2003 r. utworzono Europejskie Centrum Usług Philips w Łodzi, które obecnie zatrudnia ponad 770 specjalistów z dziedziny finansów, księgowości oraz zakupów i obsługuje ponad 115 jednostek Philips w 20 krajach w Europie. W 2000 r. Philips otrzymał nagrodę w kategorii Inwestycja Zagraniczna w Polsce w ramach III edycji Nagrody Gospodarczej Prezydenta PR.

Osiągnięcia i perspektywy na przyszłość

Strategia Philipsa w przyszłości zakłada koncentrację i rozwój głównych kompetencji w obszarach opieki zdrowotnej, oświetlenia, drobnego sprzętu AGD oraz elektroniki użytkowej, tworzenia partnerskich relacji z kluczowymi klientami, prowadzenia światowej klasy działalności badawczo-rozwojowej i wykorzystywania zasobnego portfela własności intelektualnej.

1948-1950

Philips nadał blisko 200 eksperymentalnych audycji telewizyjnych dla zaledwie 20 (!) posiadaczy odbiorników telewizyjnych



1956

Rozpoczęły się próby z elektryczną golarką trójgłowicową – do 2002 r. sprzedano na całym świecie 400 mln golarek Philipsa

1958

Philips stworzył jedną z pierwszych prezentacji multimedialnych – słynny architekt Le Corbusier razem z kompozytorem Edgarem Varese oraz firmą Philips stworzyli „poemat elektroniczny”, przedstawienie łączące światło, dźwięk i obraz prezentowane we wnętrzach futurystycznego, wzniesionego specjalnie na tę okazję pawilonu Philips

1963

Philips wprowadził na rynek kasety magnetofonową, która zrewolucjonizowała słuchanie muzyki i spopularyzowała jej nagrywanie

1983

Philips przedstawił światu płytę CD



2002

Wydanie „Brand Book”, kompendium wiedzy o Philips, w której na pierwszych i ostatnich stronach umieszczono drobną czcionką imiona i nazwiska wszystkich pracowników firmy w momencie publikacji książki

Obecna wartość marki jest szacowana na 6,7 mld dolarów. W międzynarodowym rankingu Interbrand w 2006 r. Philips zajął 48. miejsce odnotowując najwyższy wzrost w sektorze elektroniki i zwiększając swą wartość o 14 proc. (w 2005 r. znajdował się na 53., a w 2004 – 65. pozycji).

Philips jest jedną z wiodących firm na świecie w zakresie społecznej odpowiedzialności biznesu. Począwszy od 2003 r. jest wyróżniany za działania w zakresie zrównoważonego rozwoju i corocznie zajmuje 1. miejsce w rankingu indeksu zrównoważonego rozwoju w swojej grupie branżowej (DJSI, Dow Jones Sustainability Index). Philips zobowiązał również 50 tys. swoich dostawców z całego świata do wypełniania zobowiązań Deklaracji Dostawcy w zakresie

1891

Frederik Philips i jego syn Gerard chcąc zaspokoić rosnący popyt na żarówki w związku z coraz bardziej powszechnym dostępem do elektryczności założyli w Eindhoven (Holandia) Philips&Co. Początki były zniechęcające – problemy z patentami i dominacją Niemiec powodowały, że biznes rozwijał się opornie do czasu, się gdy do firmy dołączył brat Gerarda, Anton

1919

Z okazji narodowej wystawy w Holandii Philips przedstawił największą na świecie lampę Goliath o średnicy 1 metra i mocy 25 tys. wat, wytwarzającą światło równe mocy 50 tys. świec, która oświetliła cały rynek w Utrechcie – osiemdziesiąt lat później lampa Philips Millennium składająca się ze 168 oddzielnych lamp halogenowych powitała rok 2000 na Times Square w Nowym Jorku

1927

Philips przejął firmę C. H. F. Müller, największą niemiecką wytwórnię lamp rentgenowskich, tworząc tym samym swój pierwszy dział produktowy – Systemy Medyczne

1938

Philips zaprezentował na targach w Utrechcie transmisję telewizyjną

