



At the heart of the image

Rynek

Nikon Corporation należy obecnie do największych i najbardziej liczących się producentów sprzętu fotograficznego na świecie. Wysoką pozycję na rynku zawdzięcza przede wszystkim swojej filozofii, mówiącej, że tylko produkt najlepszy jest wystarczająco dobry. Doskonała jakość oferowanego sprzętu, jego trwałość i niezawodność pozwoliły Nikonowi zdobyć dla siebie przeważającą część rynku zawodowego oraz coraz liczniejsze grono amatorów na całym świecie.

Technologia cyfrowa sprawiła, że rynek fotografii radykalnie się zmienił w ciągu ostatnich sześciu lat. Rynek aparatów cyfrowych na świecie rozwija się niezmiernie szybko. Szacuje się, że w stosunku do roku 2003 ich sprzedaż w roku 2004 wzrosła o 60%. Jednak rynek polski rozwija się jeszcze szybciej. W 2003 roku sprzedaż aparatów cyfrowych w Polsce wyniosła 275 tys., a w 2004 osiągnie najprawdopodobniej 800 tys. sztuk i po raz pierwszy sprzedanych zostanie więcej aparatów cyfrowych niż analogowych.

Oddział Nikonu w Polsce został otwarty w listopadzie 2003 roku. W ciągu 9 miesięcy, do lipca 2004 roku, wartościowy udział w rynku aparatów fotograficznych znacznie wzrósł: w segmencie aparatów analogowych z 17 do 38%,



aparatów cyfrowych z 2 do 12% i w najbardziej obiecującym segmencie – lustrzanek cyfrowych – z 12 aż do 72%. Celem Nikonu jest utrzymanie tej czołowej pozycji w lustrzankach cyfrowych, zdobycie pozycji lidera w lustrzankach analogowych i miejsca w pierwszej trójce w kompaktowych aparatach cyfrowych.

Osiągnięcia

Najważniejsze osiągnięcie firmy Nikon w ostatnim okresie to wprowadzenie na rynek w 2004 roku amatorskiej lustrzanki cyfrowej D70. Ten aparat w doskonały sposób połączył zalety lustrzanek analogowych (np. szybkość) ze zdobyciami technologii cyfrowej.

W ostatnich dwóch latach produkty firmy Nikon zdobyły w Europie trzy najbardziej prestiżowe nagrody.

Największa w Europie organizacja wydawców czasopism z branży multimedialnej, EISA, uznała analogową lustrzankę przeznaczoną dla amatorów aparatem roku 2003/2004 (European Camera of the Year 2003/2004).

W tym samym czasie cyfrowy aparat kompaktowy Coolpix SQ zdobył tytuł Best Product Design in

Europe, przyznawany przez TIPA, organizację zrzeszającą wydawców 31 czasopism branżowych z 12 krajów europejskich.

Zaawansowanej cyfrowej lustrzance D70 przyznano w 2004 roku nagrody obu organizacji, EISA i TIPA, jako „najlepszej cyfrowej lustrzance w Europie”.

W Polsce aparaty Nikon zdobywały w ostatnim roku liczne rekomendacje i wyróżnienia od branżowych pism: Foto Kurier, Zoom, Foto Video, Chip

Historia

Nikon należy do najstarszych i najbardziej doświadczonych producentów sprzętu fotograficznego na świecie. 25 lipca 1917 roku trzy małe firmy optyczne z Tokio połączyły się, tworząc nowe przedsiębiorstwo – Nippon Kogaku Kogyo („Japoński producent szkła optycznego z Tokio”). Nazwa dobrze odzwierciedlała ofertę firmy z pierwszych lat działalności. Produkowano wtedy lornetki, lunety, mikroskopy i inny drobny sprzęt optyczny. Nieco później pojawiły się również pierwsze obiektywy fotograficzne do aparatów na płyty szklane.

W roku 1946 firma rozpoczęła prace nad prototypem pierwszego modelu Nikonu, a dwa lata później Nikon I wraz z zestawem podstawowych obiektywów trafił do sprzedaży. Był to pierwszy produkt opatrzony znakiem handlowym Nikon.

Okazało się, że produkty Nikonu nie tylko dorównują jakością wyrobom producentów europejskich, ale często je przewyższają. Kolejne modele aparatów, Nikon M i Nikon S, umacniały pozycję Nikonu na rynku aparatów fotograficznych najwyższej jakości. W latach 50. aparaty, obiektywy i osprzęt Nikonu trafiły po raz pierwszy poza granice Japonii. Stało się tak za sprawą wojny w Korei i... przypadku. Reporterzy wojenni, będący świadkami wydarzeń w Korei, serwisowali swój sprzęt w Tokio. Tam też kilku z nich zetknęło się po raz pierwszy z produktami Nikonu i uznało, że japońskie obiektywy Nikkor są lepsze od niemieckich konstrukcji Zeissa czy Leitz. Reporterzy amerykańskich gazet szybko zaczęli fotografować sprzętem Nikonu. Wkrótce powstało pierwsze przedstawicielstwo Nikonu poza terytorium Japonii – Nikon Inc. w USA. W ten sposób Nikon zdobył dla siebie ogromny rynek amerykański, rynek, którego już nigdy nie oddał.

W roku 1957 zaprezentowano bardzo ważny model: Nikon SP – pierwszy aparat przeznaczony dla fotografa zawodowego, wyposażony w wiele nowatorskich rozwiązań, takich jak: wieloogniskowy wizjer, migawka z tytanu czy możliwość elektrycznego przesuwania filmu. W momencie swojego debiutu był to najnowocześniejszy aparat fotograficzny świata. Model ten do dziś uważany jest za jeden z najlepszych aparatów fotograficznych wszechczasów.

Już dwa lata później Nikon przedstawił swój pierwszy model lustrzanki jednoobiektywowej – dziś już legendarnego Nikonu F. Nikon F, o wyjątkowo wytrzymałej konstrukcji korpusu, wyposażony był w bagnetowe mocowanie obiektywów, które wciąż jest używane, nawet w cyfrowych lustrzankach firmy Nikon.



Niezawodność Nikonu F doceniona została przez Amerykańską Agencję Przestrzeni Kosmicznej NASA: w latach 60. i 70. aparaty Nikon F stanowiły wyposażenie amerykańskich statków kosmicznych.

Ogromny udział w budowaniu wizerunku i prestiżu firmy miały obiektywy Nikkor, których wybór powiększał się z roku na rok. To właśnie w dziedzinie optyki Nikon wykazywał ogromną innowacyjność: co roku powstawała jakaś światowa nowość. Z pionierskich osiągnięć w dziedzinie optyki warto wymienić: pierwszy obiektyw świata typu „rybie oko”, pierwszy makroobiektyw do lustrzanki, pierwszy obiektyw z korekcją perspektywy, wreszcie pierwszy udany obiektyw zmiennoogniskowy zoom.

W latach 80. modele flagowe to: Nikon F3 – pierwsza lustrzanka świata wyposażona w wyświetlacz LCD, oraz Nikon F4, uważany przez wielu za konstrukcję „nie do zdarcia”, o perfekcyjnie dopracowanej ergonomii i obsłudze. W roku 1983 powstał Nikon F3AF – pierwsza seryjnie produkowana lustrzanka wyposażona w automatyczne ustawianie ostrości.



W erę profesjonalnych lustrzanek cyfrowych Nikon wszedł w roku 1999 bardzo udanym Nikonem D1. Aparat ten w harmonijny sposób łączy solidność, uniwersalność i niezawodność tradycyjnej lustrzanki profesjonalnej z niespotykaną do tej pory jakością obrazu cyfrowego. Firma od samego początku uczestniczyła w cyfrowej rewolucji, począwszy od urządzenia do przesyłania obrazów fotograficznych NT 1000 w połowie lat 80.

aż po współczesne profesjonalne aparaty cyfrowe D2H, oferujące możliwość transmisji bezprzewodowej i cyfrowe lustrzanki D70 przeznaczone na rynek konsumencki.

Lata 2000–2004 to okres wprowadzania na rynek nowych modeli kompaktowych aparatów z linii Coolpix, z najbardziej popularnymi modelami: Coolpix 990, Coolpix 4300, Coolpix SQ.

Wyróżnikiem firmy ciągle pozostaje doskonała znajomość optyki – dziedziny, od której wszystko się zaczęło. Firma Nikon nadal wytwarza własne szkło optyczne, co zapewnia jej pełną kontrolę nad produkcją obiektywów.

W Polsce od początku lat 90. aparaty Nikonu sprowadzane były przez autoryzowanego dystrybutora. Polski rynek aparatów cyfrowych rozwija się tak szybko, że jesienią 2003 roku Nikon podjął decyzję o otwarciu w Polsce własnego oddziału.

Produkt

Nazwą Nikon jest oznaczonych ponad 2,3 tys. zróżnicowanych produktów: aparaty fotograficzne, obiektywy, lampy błyskowe, skanery, lornetki, teleskopy, mikroskopy, okulary, okulary przeciwsłoneczne, sprzęt okulistyczny i aparaty słuchowe. Nikon to także czolowy producent w dziedzinie teledystrybucji.

Jednak podstawowe dla Nikonu są aparaty fotograficzne.

Nikon nadal produkuje lustrzanki analogowe serii F, przeznaczone zarówno dla zawodowców, jak i zaawansowanych amatorów.

Drugą grupę aparatów stanowią lustrzanki cyfrowe serii D. Są to nowoczesne konstrukcje, które oferują najwyższej jakości zdjęcia cyfrowe, a w szybkości działania nie ustępują tradycyjnym lustrzankom. Dla rynku profesjonalnego przełomowy był model D1, dla konsumenckiego – model D70, dzięki któremu masowy odbiorca zyskał możliwość korzystania z technologii cyfrowej, dostępnej wcześniej tylko dla zawodowych fotografów. Aparat w obsłudze i działaniu nie różni się od aparatu analogowego, ale pozwala uzyskać wysokiej jakości obraz cyfrowy. Ponieważ jest zgodny z systemem firmy Nikon, zapewnia wszechstronność i możliwość rozbudowy. Liczba zalet i funkcji oferowanych przez tę lustrzankę satysfakcjonuje doświadczonych użytkowników, a prostota obsługi pozwala korzystać z niej także osobom początkującym w fotografii.

Z myślą o sympatykach nieskomplikowanej fotografii cyfrowej produkowana jest seria Coolpix, zawierająca wiele różnorodnych modeli: od kieszonkowych miniatur na wycieczkę, poprzez eleganckie, stylowe aparaty, aż po konstrukcje, które dzięki najwyższej możliwej jakości doskonale nadają się do zastosowań profesjonalnych.

Dzięki zaawansowanym aparatom, takim jak Coolpix 8800 i 8400, szczytowe rozwiązania technologii cyfrowej znalazły się w zasięgu osób poważnie traktujących fotografię i jej miłośników, którym zaoferowano szereg możliwości zapewnianych do tej pory przez lustrzanki analogowe. Produkty podstawowe, takie jak Coolpix 3200 i 4100, są proste w użyciu, ale posiadają szereg zaawansowanych funkcji.

Od wczesnych lat 90. firma Nikon jest czołowym producentem skanerów do filmów fotograficznych. Te urządzenia stanowią pomost między tradycyjną fotografią analogową a cyfrowym przetwarzaniem obrazów. Najbardziej zaawansowany skaner Super Coolscan 9000 ED zapewnia wyniki porównywalne ze znacznie droższymi skanerami

beźnowymi, a prosty model Coolscan V ED to produkt wysokiej jakości przeznaczony do użytku domowego.

Ostatnie wydarzenia

W ostatnich latach działalności firmy Nikon najważniejszy jest nieustanny rozwój lustrzanek cyfrowych z serii D. W 2003 roku wprowadzono szybką lustrzankę cyfrową D2H, przeznaczoną dla fotografów sportowych i fotoreporterów. Jest to pierwszy produkowany seryjnie aparat umożliwiający bezprzewodową transmisję zdjęć. Dzięki zastosowanemu w lustrzance D2H bezprzewodowemu przekaźnikowi WT-1 firmy Nikon zdjęcia mogą być pobierane przez klienta w ciągu kilku minut od ich zarejestrowania.

System był testowany podczas rajdów samochodowych RAC World Rally rozgrywanych w Walii. Zdjęcia robione przez fotografów z agencji World Rally Pix, pracujących ponad 70 km od centrum prasowego w Cardiff, były gotowe do dystrybucji w serwisie internetowym worldrallypix.com w ciągu 90 sekund od zarejestrowania.

W 2003 roku ukazały się też trzy nowe modele skanerów Coolscan, które znacznie udoskonalono w porównaniu z wcześniejszymi urządzeniami.

Jesienią 2004 roku, kontynuując tradycję tworzenia najwyższej jakości lustrzanek, firma wprowadziła Nikonu F6 – z możliwością 41 różnych ustawień wybieranych przez użytkownika, opcją bezgłośniego przesuwu filmu i samodiagnostującym się systemem migawki.

Na początku 2005 roku na rynku pojawił się cyfrowa lustrzanka D2x z matrycą 12,4 Mpix, która będzie łączyć w sobie szybkość i wszechstronność działania.

Promocja

Choć w latach 90. nie były w Polsce prowadzone spójne, długoterminowe działania promujące i pozycjonujące markę, była ona znana i ceniona – dzięki jej popularności na świecie, renomie wśród profesjonalistów i znakomitej jakości aparatów.



W ciągu pierwszego roku bezpośredniej obecności marki w Polsce Nikon rozpoczął długookresową kampanię, której cele to zwiększenie świadomości i budowa wizerunku marki. Kluczowym elementem wizerunku marki jest profesjonalizm. Kampania roku 2004, przebiegająca pod hasłem: „Odwagi”, została podzielona na dwie części.

W pierwszej, przy wykorzystaniu głównie prasy, budowano świadomość marki jako skierowanej do zaawansowanych amatorów. Reklamowanym produktem był model D70. W drugiej części, wykorzystującej głównie prasę i internet, reklamowano popularne aparaty cyfrowe serii Coolpix SQ, łączące zaawansowaną technikę z łatwością obsługi.

Dodatkowo w prasie fachowej ukazywały się reklamy profesjonalnych obiektywów Nikkor i najnowszej lustrzanki F6 („Twarda sztuka”). Informacja o tym aparacie została też wysłana do 300 zawodowych fotografów i fotoreporterów.

Dla szerszego grona zainteresowanych przeznaczone były promocje dające możliwość zakupu zestawu: aparat cyfrowy Nikon/drukarka kolorowa Epson. W następnych miesiącach aparaty te, już bez drukarki, oferowano po cenach promocyjnych. W 100 wybranych punktach sprzedaży zostały umieszczone gabloty z szeroką ofertą aparatów cyfrowych Nikon. W tysiącach sklepów, w których dostępne są aparaty Nikon, znalazły się też ulotki, plakaty i standy reklamujące aparaty serii Coolpix.

Osobnym przedsięwzięciem był specjalny mailing do 5 tys. laboratoriów fotograficznych i studiów graficznych, promujący leasing profesjonalnych skanerów Nikon.

Skuteczność tych działań potwierdza gwałtowny wzrost udziału marki w polskim rynku. Mimo ogromnej konkurencji Nikon szybko zajmuje pozycję taką, jak w innych krajach europejskich.

Wartości marki

Nikon rozwija nowoczesne technologie przetwarzania obrazów od wielu lat i jest kojarzony z najwyższą jakością i niezawodnością. W marcu 2003 roku firma Nikon Corporation wprowadziła nowy symbol marki oraz koncepcję „transforming imagination into creativity” (przekształcania wyobraźni w kreatywność).

Nowe hasło marki: „At the heart of the image” („Głębszy sens obrazu”) odzwierciedla cel firmy, która chce, aby ludzie realizowali swoje możliwości twórcze poprzez fotografię, mając do dyspozycji pewny, doskonały sprzęt.

Czego nie wiedzieliście o marce

NIKON

- Do niemieckiego centrum serwisowego firmy Nikon trafił na okresowy przegląd aparat F5. Okazało się, że spust migawki w tym aparacie nacisnięto 1 mln 92 tys. 904 razy bez awarii. Odpowiada to 34 godzinom ciągłego fotografowania z szybkością ośmiu klatek na sekundę.
- Aparaty firmy Nikon były używane w temperaturach poniżej 50 stopni Celsjusza, podczas skoków spadochronowych z wysokości 8 tys. metrów i przez profesjonalnych nurków na głębokościach ponad 100 metrów.
- Astronauci na promie kosmicznym Discovery w 1988 roku rejestrowali przebieg misji przy użyciu zmodyfikowanych wersji seryjnych modeli aparatów, m.in. małowrazkowej lustrzanki Nikon F3.
- Kampania „Odwagi” była tak sugestywna, że zdarzali się klienci, którzy chcieli kupić aparat z reklam – w pokrowcu z tygrysyj skóry albo wyglądający jak amerykański futbolista.