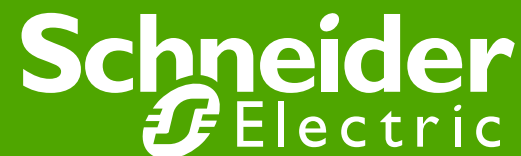


# Jedna silna marka



# Wczoraj byliśmy...

# światowym liderem w automatyce i zarządzaniu energią elektryczną

Koncentrowaliśmy się na:

optymalizacji rozwoju **produktu**

Dzisiaj jesteśmy...

globalnym specjalistą w  
zarządzaniu energią

koncentrujemy się na :

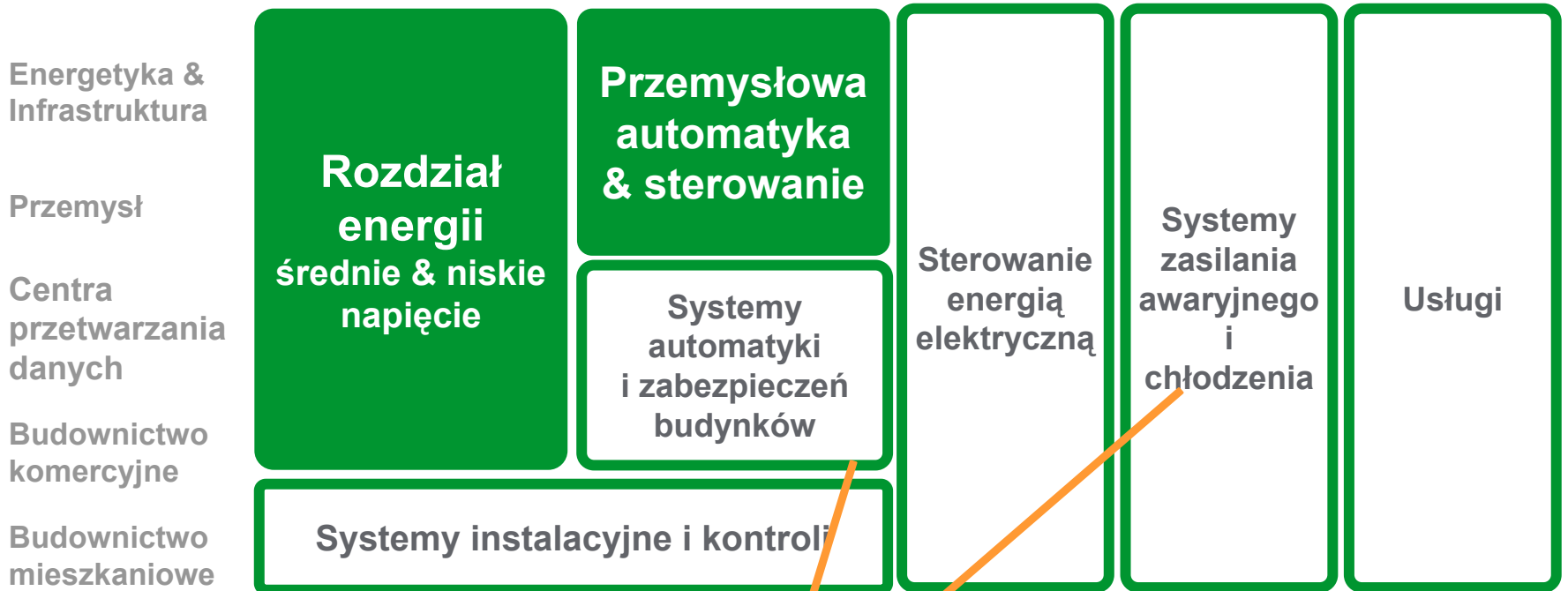
**zintegrowanych rozwiązaniach**

w zarządzaniu energią

# Nasza pozycja w zarządzaniu energią

	#1	#2	#3
Energia i sterowanie	Schneider Electric	ABB	Siemens
Zasilanie awaryjne i chłodzenie	Schneider Electric	Emerson	Eaton
Efektywność energetyczna	Schneider Electric	Rynek rozproszony	
Automatyka przemysłowa i budynków	Siemens	Honeywell	Schneider Electric

# Zrównoważony portfel produktowy



 Oferta historycznie związana z firmą

 Nowa oferta



2007

Dzięki przejęciu firm APC i Pelco

# Historia naszej marki

Firma Schneider Electric swój rozwój w dużej mierze  
zawdzięcza **zewnątrznym przejęciom**

- Trzy fundamentalne marki: Merlin Gerin, Telemecanique, Square D
- Kilka fal mniejszych przejęć w ostatnich 10 latach mających na celu zdobycie udziałów w rynku przez poszerzenie oferty, wejście na nowe rynki lub wykorzystanie nowych kanałów sprzedaży
- Kilka znaczących przejęć mających na celu zdobycie nowych segmentów rynku i budowanie nowych platform wzrostu
- Obecnie około **120** “aktywnych” globalnie marek

# Ponad 120 marek na świecie



Od teraz **JEDNA** marka:

**Schneider**  
 **Electric**

# Właściwy czas na jednoczenie marki

- W ostatnich latach firma Schneider Electric zbudowała **świadomość** swojej marki i **szacunek** do niej
- Z wyjątkiem kilku marek rozpoznawalność Schneider Electric **przewyższyła** rozpoznawalność rdzennych marek w większości krajów
- Marka Schneider Electric jest **najlepszym rozwiązaniem** dla krajów, gdzie rdzenne marki są mało rozpoznawalne

# Rewolucja czy ewolucja?

## • Rewolucja

- wszystkie elementy zmieniają się szybko w krótkim czasie
- wymaga potężnej kampanii komunikacyjnej
- często używana dla biznesu B2C, najlepsza strategia, gdy trzeba odciąć się od przeszłości

## • Ewolucja

- elementy zmieniają się przez pewien określony czas
- nie ma szerokiej kampanii komunikacyjnej, stopniowe informowanie klientów
- często stosowana dla biznesu B2B

**My wybraliśmy strategię ewolucji !**

JEDNA marka

Schneider  
 Electric

liczne KORZYŚCI

# Duże korzyści dla naszej firmy

- Poprawienie **rozpoznawalności** marki wśród klientów i konkurencji, przekładające się na wzrost sprzedaży i zysku
- Czynniki warunkujące wsparcie strategii **zintegrowanych rozwiązań**
- Bardziej **efektywne wydatki** dotyczące **wizerunku** - koncentracja na komunikacji jednej marki
- **Redukcja** wewnętrznej złożoności, wzrost efektywności marketingu i produkcji przemysłowej
- Wzrost **atrakcyjności** firmy dla potencjalnych pracowników

Większość klientów/  
partnerów woli prowadzić  
biznes z

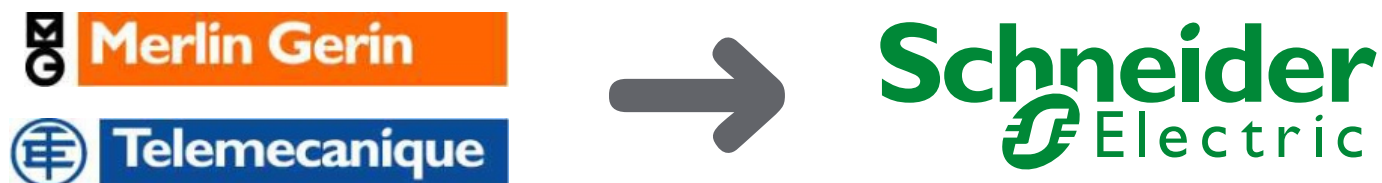
**silnymi** markami!

# Korzyści dla partnerów

- Większe możliwości wzrostu sprzedaży dzięki **silniejszej** marce
- Szersze możliwości wzrostu sprzedaży dzięki **większej ofercie** w ramach jednej marki
- Nowe możliwości sprzedaży dzięki wartości dodanej **zintegrowanych rozwiązań** firmowanych jedną marką
- **Uproszczenie** codziennych działań biznesowych dzięki jednej marce

# Nie wszystkie marki migrują jednocześnie

- Priorytetem będzie migracja tych marek, których świadomość jest mniejsza, niż Schneider Electric



- W krajach marek z głębokimi lokalnymi tradycjami, gdzie nazwa Schneider Electric ciągle potrzebuje ugruntowania - stworzenie brandu przejściowego
- Logo brandu przejściowego składać się będzie z marki oryginalnej i formuły „by Schneider Electric”



- Tylko kilka marek pozostanie niezależnymi ze względów strategicznych

# Kalendarz Migracji

Migracja Merlin Gerin i Telemecanique jest **Priotytem**

Początek zmiany opakowania

Początek oznakowania produktu

Q3 2008

Q4 2008



Różne marki mają **różne** kalendarze migracji.

Kilka marek, takich jak **Alombard** we Francji **Metesan** w Turcji już zakończyło migrację.

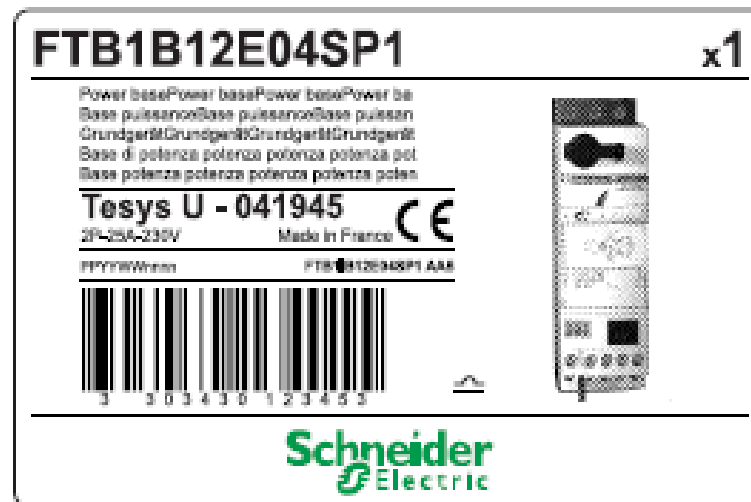
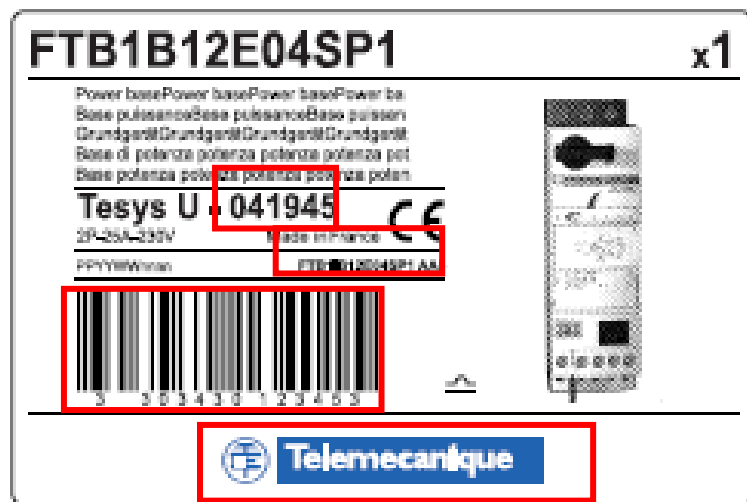
# Co ulegnie zmianie?

- **Opakowanie** produktu
- **Etykiety** na opakowaniu
- **Oznakowanie** na produkcji

# Zmiana opakowania



# Zmiana etykiety



## • Zmienia się tylko marka!

- Referencja handlowa
- Referencja logistyczna
- Kod kreskowy

bez zmian  
bez zmian  
bez zmian

# Zmiana oznakowania na produkcie



# Co nie ulegnie zmianie?

- **Jakość** produktów
- **Parametry techniczne**, charakterystyki, funkcjonalności
- **Kanały sprzedaży** oraz partnerzy
- **Polityka handlowa** i cenowa

# 2 etapy wdrożenia projektu

## Etap 1: zmiana opakowania (2008-2009)

- Zmiana logo i szaty graficznej opakowania
- Rozmiary i waga opakowań nie zmieniają się
- Produkty pozostaną dokładnie takie same



# 2 etapy wdrożenia projektu

## Etap 2: zmiana oznakowania produktu (2009-2011)

- Na produkcie i etykiecie pojawia się logo Schneider Electric
- Parametry techniczne produktu pozostają takie same
- Numery referencyjne pozostają takie same



Brak możliwości zwrotu produktów  
z powodu zmiany marki

Reklamacje związane ze zmianą  
marki będą rozpatrywane  
odmownie

# Dysponując znacznie silniejszą marką...

- Będziemy **bardziej konkurencyjni** na rynku
- Będziemy z powodzeniem dostarczać **rozwiązania**
- Będziemy bardziej **wydajni** i **efektywni**
- Będziemy **ciekawszym pracodawcą**

Będziemy silniejsi  
jako **jedność**  
niż jako suma naszych  
części!

A young girl with dark, curly hair is looking upwards with a hopeful expression. She is wearing a white tank top. In the background, a white wind turbine stands tall against a bright blue sky filled with soft, white clouds. The scene is captured from a low angle, making the girl and the turbine appear to reach towards the top of the frame.

**SCHNEIDER ELECTRIC**

**KORZYSTAJ W PEŁNI ZE SWOJEJ ENERGII !**