

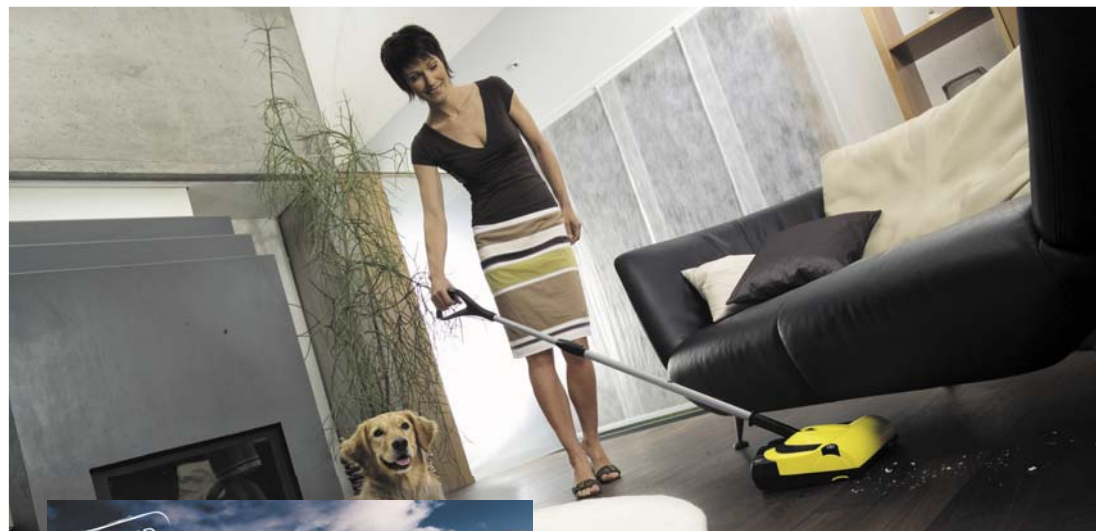


www.karcher.ru

В 1935 г. в Бад-Канштатте (Германия) инженер и изобретатель Alfred Kärcher (Альфред Керхер) основал небольшую фирму, которую назвал своим именем. Сегодня Alfred Kärcher GmbH Co & KG – это ведущий мировой производитель моечного и уборочного оборудования, предлагающий широкий спектр техники и услуг, ориентированных на бытовых, коммерческих и промышленных потребителей. Компания объединяет четыре завода, сервисный центр и центр логистики в Германии, а также девять заводов в других странах, в том числе в США. Общая численность персонала 6540 человек. В 2006 г. было продано 6 млн единиц оборудования с брендом Kärcher на сумму €1,2 млрд. В России интересы Kärcher представляет дочерняя компания ООО «Керхер», в которой работают 32 специалиста, она сотрудничает с 11 официальными дилерами и 250 субдилерами.

Ценности бренда

На мировом рынке фирма Kärcher известна своими аппаратами высокого давления для мойки автомобилей, пылесосами, пароочистителями, поломоечными и подметальными машинами, а также чистящими средствами. Потребители этой продукции отождествляют с маркой Kärcher не только отличное качество и высокую производительность, но также отмечают инновационный подход к разработке уборочной техники. И, конечно же, нельзя обойти вниманием тот факт, что многие из тех, кто работает с техникой Kärcher, говорят, что испытывают при этом подлинное удовольствие. Ведь хороший механический помощник может сделать самую рутинную работу приятной!



Инновации и продвижение

Над продвижением своей марки фирма Kärcher целенаправленно работает многие годы. При этом компания широко использует не только традиционные рекламные приемы, но и проводит крупномасштабные акции. К примеру, такие как реставрационная очистка памятников культуры. Это и Бранденбургские ворота в Берлине, и колоссы Мемнона в Египте, и огромные статуи Христа в Рио-де-Жанейро и Свободы в Нью-Йорке, а также барельефы четырех американских президентов на горе Рошмор в США. Подобные события вызывают широкий резонанс в средствах массовой информации, они надолго остаются в памяти потребителей.

Спонсорские акции по очистке памятников культуры были продолжены и в России. В Санкт-Петербурге с помощью техники Kärcher очистили Зимний дворец и Медного всадника, а также величественных львов в усадьбе Кушелева-Безбородко, в Москве – памятник основателю столицы Юрию Долгорукому.

В рамках WRC – чемпионата по ралли – Kärcher спонсирует команду Ford и размещает свою рекламу на играх национальной сборной Германии по футболу, а с конца 2006 г. компания является

официальным партнером команды Porsche в гонках Americans Le Mans Series. Kärcher активно поддерживает своих торговых партнеров на местах, оказывая им рекламную поддержку. Результатом такой политики стала высокая степень узнаваемости марки Kärcher: в Европе она достигает 92%.

В России Kärcher начал проводить активную рекламную кампанию с 2000 г.,

используя при этом различные каналы продвижения бренда и продукции – телевидение, специализированные (в том числе автомобильные) издания, рекламу на АЗС, прямую адресную рассылку, Интернет, профессиональные выставки. Удачным рекламным ходом стал запомнившийся зрителям телевизионный ролик: команда молодых людей в ярко-желтых комбинезонах с мини-мойками за плечами быстро расправляется с грязью, покрывающей автомобиль, и доводит кузов машины до идеального блеска. В конце 2006 г. была запущена новая рекламная кампания на телевидении по продвижению пылесосов VC 6-й серии, которая отличалась большой интенсивностью, а в начале 2007 г. телезрители могли увидеть рекламу еще одного сегмента продукции Kärcher – систем водоочистки WPC 100. Большое значение уделяется рекламе и поддержке бренда и в российских регионах: билборды на улицах крупнейших городов, реклама на автозаправочных станциях.

Деятельность фирмы Kärcher отличается ярко выраженной инновационной направленностью. Компания вкладывает большие средства в разработку новых и усовершенствование уже существующих продуктов. На этом поприще трудятся

свыше 400 инженеров, конструкторов и техников. В портфеле изобретений Kärcher 268 патентов.

Компания гордится многими своими разработками. Например, созданный Kärcher робот-пылесос RoboCleaer RC 3000 представляет собой автономный аппарат для бытовой и офисной уборки, которому по силам самостоятельно справиться с очисткой полов в квартирах, индивидуальных домах и небольших офисных помещениях. А автоматическая моечная установка СНН 8000 обеспечивает бесконтактную мойку автомобилей (без механической обработки щеткой). Главное же преимущество установки состоит в том, что при ее использовании исключается появление царапин на чувствительном лаковом покрытии.

Фирма Kärcher внесла свой вклад и в совершенствование технологии уборки полов, впервые внедрив цилиндрические щетки в крупноразмерных поломойных машинах. А пылесосу модели VC 6300 присвоено звание «Продукт года–2007».

В мае 2007 г. Kärcher был признан «Самым инновационным брендом года». Кроме того, за достижения в производстве новых моделей садовых насосов компания получила награду и в категории «Технологии сада».



Экономика и финансы

Kärcher – это международная компания, в которой работают 6540 сотрудников в 41 стране мира. Ее продукция продается более чем в 160 странах на пяти континентах, а в 40 из них продажи осуществляют дочерние сбытовые фирмы. Во всем мире у компании 30 тыс. точек сервисного обслуживания, и границы ее глобального присутствия постоянно расширяются.

Важный шаг в направлении глобализации бизнеса и обеспечения долгосрочного развития компания сделала

1935

Инженер и изобретатель Альфред Керхер основал компанию Kärcher

1950

Альфред Керхер изобрел первый аппарат высокого давления для чистки горячей водой

1984

Выпуск первого переносного аппарата высокого давления – прорыв на потребительский рынок

1989

Компания Kärcher разработала первую установку для мойки легковых автомобилей

1995

Появление в России первой мойки высокого давления для автомобилей (установлена в Москве, в Центре международной торговли)

1997

Активный рост дилерской сети в России – 35 дилеров на конец года

2000

Выход на российский рынок бытовой техники

2004

Создание в России дочернего предприятия Kärcher – ООО «Керхер»

То, чего вы не знали о бренде

Фирма Kärcher значится в книге рекордов Гиннеса. Ее рекордное достижение было зафиксировано в 1998 г., когда компания осуществила чистку колоннад на площади Святого Петра в Риме. Площадь очищенной поверхности составила 25 420 м².

После катастрофического наводнения в 2002 г. фирма Kärcher направила в пострадавшие районы Восточной Германии команду специалистов, безвозмездно очистившую площадь свыше 500 тыс. м². Это общественные здания, жилые дома и памятники архитектуры.

В сентябре 2005 г. в Москве состоялся финал чемпионата мира по мойке автомобилей на кубок «Керхер», в котором участвовали четыре сборные команды, вооруженные моечными аппаратами и шампунями Kärcher. Кубок завоевала российская команда. Она вымыла внедорожник за 3 мин. 45 сек.



в 2004 г., когда Kärcher купила фирму Windsor – крупнейшего американского производителя промышленного оборудования для чистки высоким давлением. В 2006 г. появилось еще одно новое приобретение – американская компания Castle Rock, производящая уборочные машины для профессионального применения. Это позволило фирме Kärcher укрепить свои позиции на рынке США. В 2006 г. было продано 6 млн единиц моечной и уборочной техники Kärcher, а оборот компании превысил €1,2 млрд.

Освоение российского рынка началось в 1995 г. с создания дочерней компании. Первые пять лет в России была представлена исключительно профессиональная техника Kärcher, а с 2000 г. появилась и бытовая продукция. В 2004 г. в Москве было открыто официальное представительство концерна Alfred Kärcher GmbH Co & KG.

К 2006 г. ООО «Керхер» уже располагало широкой дилерской сетью – от Калининграда до Южно-Сахалинска, – которая насчитывала 260 фирм. В 2006 г. компания реализовала прямым потребителям более 200 тыс. единиц различного оборудования Kärcher. По объему продаж Россия вошла в первую четверку стран, где продается техника Kärcher, а по темпам роста продаж она занимает первое место.

Достижения и перспективы

За свою 70-летнюю историю компания Kärcher неоднократно удостоивалась различных премий и наград. В 1997 г. за освоение нового рынка (адаптация технологии чистки высоким давлением, ранее применявшейся только в корпоративных целях,

к нуждам потребительского рынка) она была награждена Немецкой премией в области маркетинга. Наибольшее впечатление на жюри произвели успешное воплощение в жизнь предпринимательской идеи и проявленная Kärcher динамичность.

В 2001 г. за экономические успехи компания была удостоена медали земли Баден-Вюртемберг и первой премии маркетинговой ассоциации региона Штутгарт, в 2002 г. – награды земли Баден-Вюртемберг за вклад в охрану окружающей среды. Кроме того, в активе Kärcher свыше 70 национальных и междунаrodnых наград за удачные дизайнерские решения для своей техники.

Последняя разработка Kärcher – пылесосы VC 6-й серии, которые универсальны благодаря многочисленным насадкам. В этих пылесосах используются три новых запатентованных системы, что свидетельствует о высоком новаторском потенциале фирмы.

В 2007 г. каталог продукции Kärcher пополнился принципиально новыми образцами техники в сегменте садового оборудования. Это высококачественные насосы бытового назначения, применяемые в различных областях. Согласно сложившимся потребностям рынка линейка такой продукции делится на четыре разновидности (садовые насосы для орошения, погружные насосы, напорные погружные насосы, станции водоснабжения). Для каждого из сегментов Kärcher разработал свой модельный ряд, включающий несколько классов, которые соответствуют запросам всех категорий потребителей.