

חדשנות מוצרית, טכנולוגיה לשיפור איכות החיים ומוצרים חסכוניים במים ובחשמל מאפשרים למותג בוש (Bosch) לבצר את מעמדו בתחום מוצרי החשמל לבית בישראל

לתוך הסיטואציה התחרותית הזו השיקה בוש תנור בישול חדש, שיתרונו הבולט היה בכך שכלל בתוכו מספר רב של תכונות, שהוגדרו כחשובות על ידי הצרכנים. התנור החדש פותח לאחר מחקר שכלל איתור ומיפוי צרכים בקרב אלפי צרכנים בעשרות מדינות, שבסיומו פותח התנור שהפך לחדוד החנית השיווקי בתהליך החדיירה לשוק התנורים בישראל.

התנור הציג, למשל, חידוש (שהפך לסטנדרט בקטגוריה) בדמות דלת שנפתחת הצידה, המקלה על התפעול, מונעת כוויית ומקלה על השימוש. התנור החדש גם כלל בתוכו אפשרות לחימום מהיר מ-0 ל-200 מעלות בתוך 4 דקות בלבד, אופציית טורבו אקטיבי המאפשרת אפייה שווה ואחידה בשלושה מגשים במקביל, קטליזטור - מסנן שומנים וריחות, ותא אפייה גדול במיוחד של 67 ליטר להכנת כמויות מזון גדולות.

קמפיין ההשקה לתנור עם הדלת הנפתחת הצידה נוהל בסיסמה הדו משמעית "כולם הצידה", ובתום שנה מההשקה, כבשה בוש כשליש משוק התנורים הביתיים בישראל, נתח שוק בו היא מחזיקה עד היום.

2007 - מחדשים בשוק מכונות הכביסה

אחד הפיתוחים הטכנולוגיים של בוש הציג מכונת כביסה עם תוכנית אקספרס, שמאפשרת לכבס בגדים שאינם

וחשמל, ינצלו בצורה אופטימלית את חומרי הגלם ויהיו ידידותיים לסביבה.

פעילות המותג בישראל

בשנת 2001 הקימה חברת BSH העולמית את החברה-בתי BSH ישראל, שנטלה לידה את שיווק מותגי החברה: בוש, סימנס וקונסטרוקטה, שעד אותה עת נהלו על ידי מספר יבואנים.

כיום, המותג בוש זמין בישראל במגוון רחב של קטגוריות וביניהן: מכונות ומייבשי כביסה, מדיחי כלים, תנורים, כיריים, קולטי אדים, מקררים, מקפיאים, שואבי אבק, מגהצים, מחליקי שיער, מייבשי שיער, ומוצרי חשמל קטנים למטבח כדוגמת: מעבדי מזון, מיקסרים, בלנדרים, מסחטות מיצים, קומקומים, מצנמים, קוצצים, מטחנות תבלינים ועוד.

הסלוגן שמלווה את פעילות החברה בישראל ובעולם בשלוש השנים האחרונות הוא: "טכנולוגיה לחיים".

2004 - כובשים את שוק התנורים

עד שנת 2004 נשלט שוק תנורי הבישול בישראל על ידי מספר מותגים אירופאיים, ובוש לא שיחקה בו כלל. כל אחד מהתנורים המתחרים הציג תכונה מרכזית בולטת, אך לא היה אף תנור שכלל בתוכו את סך כל התכונות, שצרכנים מחפשים בתנורים.

חברת בוש (Bosch) הוקמה בשנת 1886 על ידי רוברט בוש, שפתח בית מלאכה קטן בעיר שטוטגרט, גרמניה. כיום, מדובר בתאגיד בינלאומי הפועל בתחומים רבים: רכב, טכנולוגיה תעשייתית, כלי עבודה חשמליים ומוצרי חשמל ואלקטרוניקה לבית.

בשנת 1967 הקימה בוש (Bosch) ביחד עם חברת סימנס (Siemens) חברה משותפת בשם BSH, הנושאת את ראשי התיבות של שתי החברות, אליה הופנו הפעילויות של שתי החברות בתחומי הפיתוח, ייצור ושיווק מוצרי חשמל לבית ולמטבח.

בוש העולמית הגדירה שלושה ערכי יסוד מרכזיים, שעליהם מתבססת פעילותה:

- אמינות:** מוצרי המותג בוש לא יוצאים מהמפעל עד ש-100% מהם נמצאו תקינים ופועלים כראות, עומדים בדרישות התקן וזוכים בציונים הגבוהים ביותר בתוויית האנרגיה.
- טכנולוגיה לחיים:** חדשנות המבוססת על פתרונות מעשיים. החברה יוזמת תהליך פיתוח של מוצר חדש רק לאחר שנערכו מחקרי שוק נרחבים, המזהים צרכים אמיתיים בקרב הצרכנים תוך שיפור מוצרים קיימים בהתאם למשובי שביעות רצון לקוחות.
- טכנולוגיה ירוקה:** החברה שמה דגש מיוחד על ייצור מוצרים בתהליכים ידידותיים לסביבה, מיחזור פסולת ופיתוח מוצרים חדשים, שיהיו חסכוניים במים





www.Bosch-home.co.il

דברים שלא ידעת על בוש (Bosch)

- בוש העולמית חוגגת השנה ה-125 להיווסדה.
- בוש הייתה זו שהמציאה את מכשיר המיקסר הראשון בעולם.
- מוצרי חשמל ביתיים אחראים ל-40% מגובה חשבון החשמל הביתי החודשי.
- מעבד המזון של בוש, שחותך ירקות ופירות לקוביות, זכה ב-2011 בפרס החדשנות הבינלאומי של 'מוצר השנה'.

בישראל מגוון של מוצרים וחדשנויות בקטגוריית מוצרי החשמל המשלימים לבית ולמטבח. בין המוצרים שהושקו ניתן למצוא: מיקסרים, בלנדרים, מעבדי מזון, מכונות אספרסו, מגהצי קיטור ואת מעבד המזון החשמלי הראשון שחותך את הירקות והפירות לקוביות, זוכה פרס מוצר השנה 2011 בקטגוריית מוצרי חשמל למטבח. הערך המרכזי שהוביל את ההשקות היה חדשנות, כשבכל מוצר הציגה בוש חדשנות מסוג אחר. מגוון ההשקות הרחיב מאד את קו המוצרים של המותג בישראל ואת רמת המכירות שלו.



לפחות חשמל, מכונות כביסה שמשמשות במים בכמות המתאימה בדיוק לכמות הכביסה שבתוכן, ומדיחי כלים חסכניים במיוחד.

את ראש החץ בישראל לתיקשור המהפכה הירוקה הוביל מדיח כלים חדש, אותו השיקה בוש בישראל ב-2008 בישראל, ושיתרונו על מדיחים מתחרים מתבטא בכך שהוא נזקק ל-6.5 ליטר מים בלבד בכל הדחה. כחלק מהמאמץ לחיסכון במים בישראל, חברה בוש לרשות המים בישראל, לקמפיין משותף שנערך במהלך 2009 בסיסמה: "ישראל עוברת למדיחי כלים", שנוהל במקביל לקמפיין "ישראל מתייבשת" של רשות המים. התוצאה: לפני הקמפיין עמד שיעור החדירה של מדיחי כלים בישראל על 29% בתי אב, וכיום הוא עומד על 42%, כשבוש, כמובילת הקטגוריה - היא הנהיגה העיקרית מהגידול.

מוכתמים, אלא נלבשו יום אחד ויש רק צורך לנקותם מעט ולרענן אותם, וזאת בתוך 15 דקות בלבד. בדרך זו, לצרכן נחסכים זמן, חשמל, מים וכסף.

החל משנת 2007 הושקו בישראל רק דגמים הכוללים את אופציית תוכנית אקספרס ל-15 דקות, והחידוש אומץ בהתלהבות על ידי הצרכנים. בארבע השנים האחרונות גדל נתח השוק של בוש והמותג מחזיק כיום בשליש מקטגוריית מכונות הכביסה בישראל.

2008 - משיקים את 'המהפכה הירוקה'

בשנת 2008 זיהתה בוש העולמית שתי מגמות צרכניות, שתופסות תאוצה מסיבית לעולם: הטרנד הירוק והראון לחסוך.

על כן, החברה העולמית התחילה ליישם בכל תחומי פעילותה קונספט חדש בשם "עוברים לירוק", שמשמעותו המעשית הינה התחייבותה של בוש להציג בכל אחד מהמוצרים אותם היא מפתחת ומשווקת - יתרון שיאפשר חיסכון אישי משמעותי לצרכן ורווח אמיתי לסביבה. כפועל, יושמה האסטרטגיה החדשה בפיתוח של מגוון מוצרים שהיו חסכניים יותר בחשמל ובמים, והיו ידידותיים לסביבה, כדוגמת מקררים שזקוקים

2009 - נכנסים לשוק המוצרים המשלימים למטבח

לאחר שבוש התבססה והתרחבה בקטגוריות המוצרים הילכניים ותנורי המטבח, הוחלט להרחיב את קטגוריות המוצר שמשווקות בישראל, כדי להפוך אותן למנוע צמיחה. על כן, בשנת 2009 משיקה בוש



2009
בוש מתחיל לפעול בישראל בתחום מוצרי חשמל משלימים למטבח ולבית.

2008
בוש העולמית משיקה את המהפכה 'הירוקה'.

2007
BSH ישראל מחדשת עם בוש בקטגוריית מכונות הכביסה.

2004
BSH ישראל משיקה את בוש בשוק התנורים.

1967
בוש וסימנס מקימות את BSH.

1886
בוש מוקמת כבית מלאכה קטן בגרמניה.