

סמסונג חותרת לכך שהטכנולוגיות יפרצו את גבולות הדמיון על מנת להפוך את החיים לפשוטים יותר ומהנים יותר. במסגרת החזון שהציבה סמסונג לשנת 2020, היא שואפת להפוך לאחת מעשר החברות החדשניות, המקצועיות והמוערכות ביותר בעולם

מחשוב אדירות; המחשב הנייד קל במיוחד וכולל 16 מליון צבעים; המקרר, התנור, מכונת הכביסה והמייבש - כוללים כולם חיישנים מתקדמים, המאפשרים להם לזהות את תכולתם בעצמם, להחליט ולבצע את הפעולה המדויקת הנדרשת ובכך לחסוך חשמל ולשמור על הסביבה; המצלמות החדשות מאפשרות יכולות צילום מתקדמות ושיתוף מיידי; המדפסות שומרות על הסביבה; ומסכי מחשב בתלת ממד פותחים צוהר לעולם חדש של שימושים.

חזון החברה

בשנת 2009, הציגה סמסונג חזון חדש: לעצב מחדש את החברה ב-10 השנים הבאות, מתוך אמונה כי כדי לשרוד נחוץ שינוי מתמיד.

במסגרת חזון זה ("Inspire the World, Create the Future"), סמסונג תייצר טכנולוגיות חדשות ומוצרים מעוררי השראה, תוך הוספת ערך מוסף, שיעצים את חיי הלקוחות, השותפים והעובדים.

על אף צמיחתה והפכיתה לאחת מחברות האלקטרוניקה הגדולות בעולם, סמסונג קבעה לעצמה יעד מאתגר לשנת 2020 - להגיע להכנסות של 400 מיליארד דולר. במהלך העשור הבא, תמשיך סמסונג להתפתח ולחזות את צרכיה העתידיים של החברה, במסגרת חזונה ארוך הטווח למצב את עצמה מחדש כחברת "lifecare", והיא תתרחב לתחומי פעילות חדשים כגון רפואה, ביו-טכנולוגיה ואנרגיות מתחדשות.

החברה הולידו חידושים טכנולוגיים, שיחד עם חדשנות עיצובית (שגם זכתה בפרסים בינלאומיים) הזניקו את מוצריה לפסגת טבלת המכירות בעולם.

כך למשל, שוכרים הסמארטפונים של סמסונג שיאי מכירות עולמיים (בישראל ובעולם), המחשבים הניידים המיוצרים ממתכת מטוסים קלה במיוחד הם הדקים והקלים בעולם, טלויזיות ה-SMART TV מציגות חידושים טכנולוגיים ששינו את הקטגוריה משום שהן מציעות יותר חלופות תוכן, הגדרות אישיות, גלישה ברשת ואפשרויות חיפוש בכל המכשירים המקוונים ברשת הביתית. בנוסף, הטאבלטים מתוצרת סמסונג מהווים פריצת דרך טכנולוגית ועיצובית בקטגוריית מוצרים חדשה, ההופכת להיות משמעותית לצרכנים בבית ובעבודה.

סמסונג הינה אחד המותגים שצמחו במהירות הרבה ביותר בעשור האחרון, כפי שעולה מהדירוג השנתי של אינטרברנד (Interbrand), הבודק נכסיות של מותגים בכל העולם. על פי הדירוג העדכני, התקדם המותג מאז שנת 2000 (אז היה במקום ה-43 בעולם, עם ערך מותג של 5.2 מיליארד דולר) למקום ה-17 בשנת 2011, עם ערך מותג של 23.43 מיליארד דולר.

סמסונג חותרת להפוך את עולם המחר החדשני למציאות יומיומית, ולגרום לטכנולוגיות לפרוץ את גבולות הדמיון וזאת על מנת להפוך את החיים לפשוטים ומהנים יותר. הטלוויזיה של סמסונג מאפשרת חווייה אינטראקטיבית בתלת מימד הכוללת פייסבוק, טוויטר וגלישה ברשת, הכל בו זמנית; הסמארטפון של סמסונג מאפשר יכולות

סמסונג אלקטרוניקס נוסדה ב-1969 ומאז החברה צמחה, התפתחה והפכה למובילה בינלאומית בתחום המוליכים למחצה. היום, מעסיקה סמסונג מעל ל-190,000 עובדים ב-206 מדינות מסביב לעולם, ובשנת 2010 עמד מחזור המכירות שלה על 135.8 מיליארד דולר. סמסונג מפעילה תשע יחידות עסקיות בתחומים שונים: תצוגה ויזואלית, תקשורת סלולרית, טלקומוניקציה, מוצרי חשמל ילבנים, מצלמות דיגיטליות, פתרונות IT, זיכרונות, מוליכים למחצה ומסכי LCD. מטרתו של מבנה ארגוני זה הינה תפעול יעיל של הפעילות הכוללת וחיזוק עצמאותן של היחידות השונות.

לאורך השנים, המחקר והפיתוח בכל תחומי פעילות

מוצרי הדגל של סמסונג

■ **Galaxy S** - סדרת טלפונים ניידים מבוססי מערכת הפעלה אנדרואיד, שהושקה במהלך 2010 וזכתה להצלחה בארץ ובעולם.

■ **SMART TV** - טלוויזיה מעוצבת ודקה במיוחד, המאפשרת חוויית צפייה אינטראקטיבית המשולבת במגוון אפליקציות (בדומה לאפליקציות המותקנות על טלפונים חכמים) כולל פייסבוק, טוויטר ואפילו אתרי חדשות בעברית.

■ **מקרר 4 דלתות** - מקרר בנפח כולל של 800 ליטר, בעל 4 דלתות, מגירה אמצעית בגובה השיש לגישה נוחה, מקפיא, מקרר יינות, וקירור מהיר, תאורת LED, קיוסק טאצי (ללא כפתורים) ועוד.

■ **מוניטור מדגם 950 ברוחב 27 אינץ'** - מסך מחשב מעוצב, המתאים גם לצפייה בטלוויזיה. משלב טכנולוגיית המרה מדו-ממד לתלת-ממד לצפייה באמצעות משקפי תלת-ממד אקטיביים.

■ **ECO-BUBBLE** - מכונת כביסה בטכנולוגיה ייחודית: הכביסה נעשית על ידי בועות סבון השומרות על הבד וחוסכות באנרגיה.

■ **מחשב נייד מסדרה 9** - מחשב פרימיום, עשוי דוראלומין (חומר חזק וקל שנעשה בו שימוש בעולם האווירונאוטיקה), בעל 16 מליון צבעים וקל מאוד (1.3 ק"ג).





www.samsung.com/il

דברים שלא ידעת על סמסונג

- בתחילת דרכה בקוריאה, עסקה החברה בייצור סוכר.
- בשנת 1982 הקים הקונצרן קבוצת כדור בסיס.
- חדשנויות של החברה נכנסו לספר השיאים של גינס: הטלפון הנייד הדק בעולם, ומצלמת הסלולר בעלת הרזולוציה הגבוהה בעולם (10 מגה פיקסל).
- סמסונג הייתה הראשונה בעולם להשיק נגן Blu-Ray.
- סמסונג נכנסה לרשימת 50 החברות המוערכות בעולם של המגזין פורצ'ן.



2010
סמסונג משיקה את הסלולרי החכם גלקסי S, ואת ה-SMART TV.

2008
סמסונג פותחת בציגות בישראל.

במסגרת זו סמסונג מעלה קמפינים במגוון אמצעי המדיה, ומנהלת פעילויות קידום מכירות מיוחדות. כך לדוגמה, בחודשי הקיץ התקיים קמפיין קידום מכירות לטלוויזיות החכמות של החברה ה-SMART TV - בקניונים ובמרכזי בידור ברחבי המדינה. למעלה מ-200 אלף צרכנים ישראלים נחשפו וחוו את היכולות של ה-SMART TV. מעתה, יבוא ערך ה-SMART המותגי לידי ביטוי בכל פעילויות השיווק והתקשורת של החברה.



פעילות למען הקהילה

בהיותה חלק מהקהילה העסקית, סמסונג רואה עצמה שותפה לעיצוב החברה והקהילה במדינות בהן היא פועלת. על כן, בדומה למדיניות החברה העולמית, גם בישראל תומכת הנציגות בפעילות של אחריות חברתית למען הקהילה. במהלך 2010-2011 תרמה סמסונג בישראל לפנימיות ולמועדוניות נוער, וסיפקה מחשבים לבית החולים לילדים שיבא בתל השומר. בעולם, סמסונג היא אחת מנותנות החסות הראשיות למשחקים האולימפיים מאז שנת 1997 וכישראל, אימצה לאחרונה סמסונג את המשלחת האולימפית הישראלית למשחקי לונדון 2012.

האתגר השיווקי

האתגר שמולו ניצבה סמסונג בישראל היה לחבר את מהלכי השיווק המקומי עם ערכי המותג תחת מטרייה שיווקית-פרסומית-תקשורתית אחת. סמסונג נדרשה להפוך פעילות ומהלכים שיווקיים, המבוצעים על ידי שישה יבואנים שונים, שכל אחד מטפל בתחום אחר, למהלך שיווקי אחד ומלוכד ההולם את ערכי המותג ומחזק אותו.

הפתרון היצירתי

כדי לתת מענה לאתגר נפתחה בישראל לפני חמש שנים נציגות מקומית של סמסונג. זאת, במטרה להעניק ליבואנים המקומיים את החסות המותגית של החברה דרך עבודה בשיתוף פעולה ולוודא כי מהלכי השיווק השונים שמתנהלים על ידם תואמים את ערכי המותג ואת יעדי החברה הבינלאומית. במקביל, ועל מנת לתמוך במותג התאגידי, הוקמה חנות מותג בהרצליה פיתוח, בה מוצגים מגוון מוצרי החברה, תחת קורת גג אחת. כחלק מהאסטרטגיה העולמית של החברה, וכתוצאה ממחקרים מקיפים בעולם ובישראל, תתמקד פעילות המותג בשנים הבאות בערך ה-SMART הבא לידי ביטוי בחדשנות טכנולוגית מובהקת בכל מוצרי החברה, "שחורים" ו"לבנים" כאחד.



1992
סמסונג נפכת ליצרנית השבבים הגדולה בעולם.

1980
סמסונג נכנסת לתחום הטלוקומוניקציה.

1969
סמסונג נכנסת לתחום מוצרי האלקטרוניקה.

1938
סמסונג מוקמת בקוריאה כחברת מסחר קטנה.