



## במטרה להפוך את העולם למקום נעים יותר, המותג LG פועל תחת הסיסמה "החיים טובים" במגוון רחב של תחומים ובאמצעות חדשנות, עיצוב ופיתוח טכנולוגיות מתקדמות

הממד של ה-IMAX לכין איכותן של טלוויזיות התלת ממד של LG. השקת סדרת טלוויזיות התלת ממד של החברה לזוהה גם בקמפיין בטלוויזיה ובעיתונות הכתובה. במקביל, המשיכה החברה לתקשר לצרכנים את קו הטלוויזיות החכמות שלה, Smart TV, שהושק בישראל לפני כשנתיים והפך מאז שיעורי חדירה גבוהים. בקרוב תשיק LG בישראל

המותג בישראל, והיא עובדת בשיתוף פעולה עם היבואנים בקטגוריות המוצרים השונות, שבהן פועלת החברה.

### האתגר השיווקי

המותג LG מתחרה במגוון גדול של מותגים בתחומים בהם הוא פועל. על כן, האתגר השיווקי המרכזי עימו מתמודדת הנציגות המקומית של החברה הוא לנהל בצורה נכונה את אסטרטגיית המותג, על מנת לנצל את עוצמתו ולהקריין את ערכיו על מגוון מוצרי החברה.

### הפתרונות השיווקיים

על מנת לעמוד באתגר, נערכו מספר גדול של פעילויות בשוק המקומי. מדובר בפעילויות ייעודיות בתחומים בהן יש למותג נוכחות, אולם תחת מטריות שיווקית ומיתוגית אחידה ברוח המותג התאגידי ובהתאם לשורת המיצוב "Life Is Good":

**תחום הטלוויזיות.** כאחת השחקניות הגדולות בשוק הטלוויזיות בעולם, LG מציגה בכל שנה מגוון גדול של חידושים בתחום. השנה השיקה החברה את דגמי טלוויזיות התלת ממד החדשים שלה, המשלבים טכנולוגיה המאפשרת שימוש במשקפיים שאינם דורשים סוללות או קשר שידורי עם המסך, ועם זווית צפייה בלתי מוגבלת. החברה השקיעה מאמצים רבים בתמיכה בקו החדש, שהמרכזי מביניהם הוא לקיחת חסות על אולם ה-IMAX, שהוקם במתחם yes פלאנט החדש בראשון לציון, וזאת על מנת ליצור קישור אצל הצרכנים בין איכויות תלת

חברת LG אלקטרוניקה הוקמה בדרום קוריאה, בסיאול, לאחר שבשנת 1958 מוזגו פעילויותיהן של שתי חברות: Lucky ו-GoldStar. בשנת 1995, על מנת להתמודד עם מותגים בינלאומיים באמצעות שם קצר וקליט, הוחלט למתג מחדש את החברה תחת השם LG, המהווה את ראשי התיבות של שתי החברות המקוריות.

כחלק מהמיתוג מחדש נהגתה גם סיסמה שיווקית, שמלווה מאז את המותג: "Life Is Good", כאשר המשימה שהציב לעצמו המותג היא להפוך את העולם לנעים יותר באמצעות חדשנות, עיצוב, טכנולוגיה חכמה ואמינות. העובדה ששורת המיצוב מתחילה באותן אותיות שבהן נקרא המותג מאפשרת לו לשלב אותה בלוגו LG.

- פועלת כחמש חטיבות עיקריות:
- חטיבת מוצרי החשמל הביתיים (מקררים, מכונות כביסה, מיקרוגלים ושואבי אבק);
- חטיבת הבידור הביתי (טלוויזיות, מערכות קולנוע ביתי, מערכות שמע ביתיות ומערכות שמע לרכב);
- חטיבת המובייל (מכשירי קצה סלולריים וטלפונים חכמים);
- חטיבת המיזוג, הפאנלים הסולאריים ותאורת ה-LED;
- וחטיבת ה-IT, המייצרת ומשווקת מחשבים ומסכי מחשב.

בשנת 2007 הקימה החברה נציגות בישראל המנוהלת על ידי מנכ"ל דרום קוריאה. תפקידה של הנציגות המקומית הוא להוביל את האסטרטגיה השיווקית של



את טלוויזיות ה-OLED בטכנולוגיה חדשה ופורצת דרך, שזכתה בפרסים בינלאומיים רבים.

**תחום מכונות כביסה.** LG הייתה הראשונה להשיק בישראל מכונות כביסה עם טכנולוגיית ה-Direct Drive, המאפשרת פעולה שקטה ורגועה יותר של המכונה, באמצעות חיבור המנוע ישירות לתוף הכביסה, ולא באמצעות רצועה.

לאחר שבשנים האחרונות השיקו גם המתחרים מכונות כביסה בטכנולוגיה הזו, השיקה LG מכונה שיוצרה בטכנולוגיה חדשה אך יותר. טכנולוגיית ה-6Motions מדמה פעולת כביסה ידנית, באמצעות הזזת התוף בשש תנועות שונות, המסייעת לניקוי טוב יותר של חלקי הבגד השונים, והיא בלעדית ל-LG.

**המקרר החכם.** טכנולוגיית ה-Smart ThinQ, שפותחה על ידי LG, מאפשרת להפוך מכשירי חשמל סטנדרטיים לאינטראקטיביים, ומופעלים בגישה מרחוק באמצעות הטלפונים החכמים והאינטרנט. כך למשל, לקוחות יכולים לתקשר עם מקרר side-by-side החדש בעודם עורכים קניות בסופרמרקט, כדי לדעת אילו מוצרים חסרים להם בבית. בנוסף, על המקרר הותקן צג עליו ניתן לקבל עדכונים על חברים ברשתות החברתיות, להתעדכן בחדשות ולצפות בסרטונים ביוטיוב.

**תחום הטלפונים החכמים.** חטיבת המובייל של LG רואה בתחום המובייל מנוע צמיחה מרכזי לשנים



www.lg.com/il

## דברים שלא ידעת על LG

■ השם LG מבוסס על האותיות הראשונות של שתי החברות המקוריות שהקימו את החברה (Lucky + Goldstar) והוא גם נבחר כך שיתאים לסיסמה של המותג: Life is Good.

■ לכל אלמנט בלוגו המחייך של LG יש מטרה: הפנים מחייכים ומשדרים חברותיות ונגישות. העובדה שלדיוקן עין אחת בלבד מסמלת מוכוונות מטרה ומיקוד. המעגל מסמל את העולם כמו גם את מעגל החיים וההתחדשות. הפינה הימנית העליונה בלוגו הושארה ריקה בכוונה על מנת ליצור לוגו אסימטרי, שיבטא את יכולתה של החברה להיות מקורית ויצירתית. האדום, שהוא הצבע העיקרי בלוגו, מסמל חברותיות, בעוד האפור משדר טכנולוגיה ואמינות.

■ LG היא יצרנית הטלוויזיות השנייה בגודלה בעולם. בשנת 2000 השיקה LG את המקרר האינטרנטי הראשון בעולם. שנה לאחר מכן השיקה את מכונת הכביסה, המזגן והמיקרוגל האינטרנטיים הראשונים בעולם.

■ LG היא החברה הראשונה בעולם לייצר מכשירי סמארטפון לצפייה בתלת ממד ללא משקפי עזר.

■ בינואר 2009 החברה קנתה את הדומיין LG.com בלא פחות מ-100 מיליון דולר.

מרץ 2012 האקדמיה למיזוג של LG, שהיא האקדמיה למיזוג הראשונה בישראל. מטרתה האקדמיה היא חניכה מקצועית לעוסקים במיזוג אוויר - מתקינים, אדריכלים, מפקחים, אנשי שירות ולקוחות, שיעברו הכשרות וייחשפו למגוון מערכות ופתרונות מיזוג אוויר.

**שיווק למען הקהילה.** השנה, זו השנה הרביעית ברציפות, ערכה LG מיזם מיוחד בשיתוף ארגון ורטיטי ישראל. במסגרת המיזם התבקשו 14 צלמים ושפים מקומיים ליצור תמונה ייחודית, שתשלב בתוכה מטבח או מקרר. הצוירים הוצגו באירוע סגור לקהילה של אנשי חברה ועסקים באירוע מיוחד שנערך בנמל תל אביב, כשלאחר מכן התערוכה נפתחה גם לקהל הרחב. ההכנסות ממכירת התמונות הועברו במלואן לילדי ורטיטי ישראל.

### ובעתיד...

בקרב תשיק LG בישראל טכנולוגיה אלחוטית חדשה בשם smart diagnosis, המאפשרת תקשורת ישירה בין המזגנים, מכונות הכביסה והמקררים שלה לבין מרכזי השירות. הטכנולוגיה מבוססת על התקן מיוחד, שמוטמע במכשיר, ומסוגל לשדר בזמן אמת למרכזי השירות של LG בכל פעם שבמכשיר מתגלית תקלה, וזאת על מנת לקצר את טווחי התיקון והטיפול בבעיות, ולשפר את איכות השירות ללקוחות.

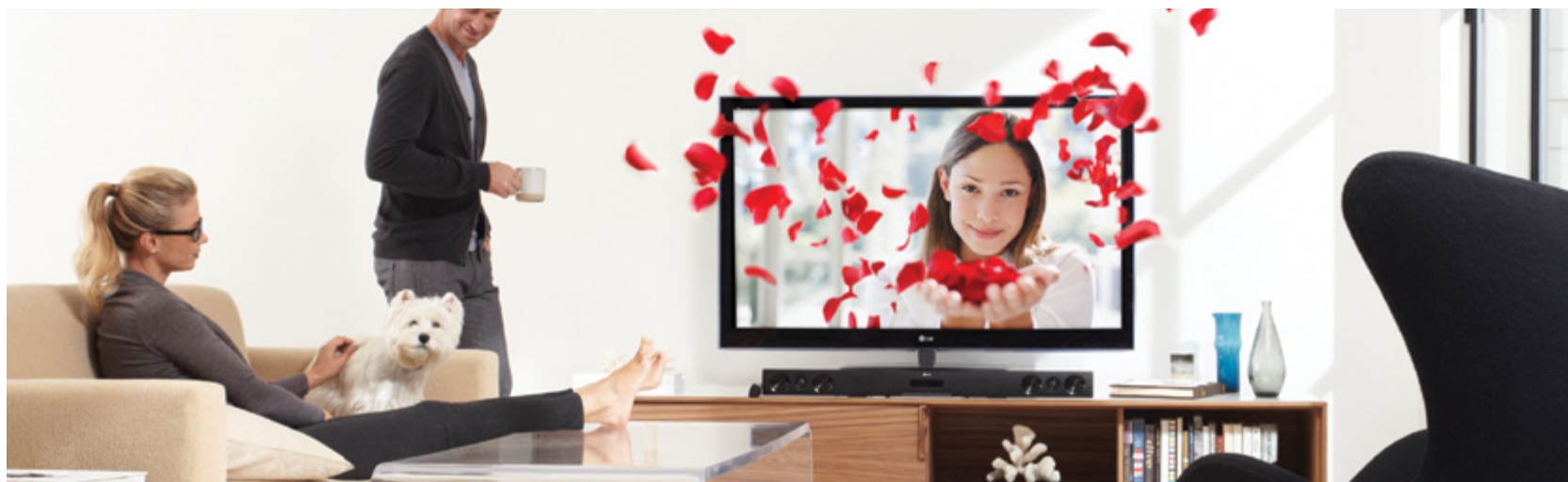
במקביל, החברה תמשיך להשיק בישראל את מיטב החידושים שהיא מפתחת בכל התחומים בהן היא פעילה, לרבות מערכות מתוחכמות לבתים חכמים, המאפשרות תקשורת רב כיוונית בין כל מכשירי החשמל הנמצאים בבית, וזאת במטרה לפשט את חיי הצרכנים ולחסוך באנרגיה.

הקרובות ולשם כך הוגדר יעד להוביל בטכנולוגיות שונות ומתקדמות. כך למשל, מסמנת LG את טכנולוגיית הדור הרביעי (LTE), והיא משקיעה רבות בפיתוח טכנולוגיות LTE פורצות דרך, בהתבסס על הידע הטכני והפטנטים של החברה בתחום ה-LTE. חברת LG שמה דגש גם על חומרה, תוכנה ועיצוב, והשיקה השנה את המכשיר מרובע הליכות Optimus 4X HD. בנוסף, LG השיקה לאחרונה מכשיר בשם LG phone by PRADA, שהוא פרי עבודה משותפת עם מותג האופנה האיטלקי PRADA.

**סיירת LG.** בעקבות התוכנה כי התקשורת השכנועית היעילה ביותר עם הצרכנים מתקיימת בנקודות המכירה, פעמיים בשנה, ובמהלך מספר שבועות, יוצאים צוותים של LG בכלי רכב ממותגים למאות סניפים של רשתות החשמל ונקודות המכירה הפרטיות בישראל. הצוותים נפגשים עם המוכרנים ומעבירים להם הדרכה על מוצר הדגל העכשווי, שאותו יש ל-LG עניין לקדם. על מנת לשמור על עניין בקרב המוכרנים, מקפידים ב-LG שההדרכה תהיה משעשעת וחוויתית.

**אפליקציה לבחירת מוצרים.** רכישה של מוצרי חשמל הופכת במהלך השנים לקשה מאד בשל המגוון הגדול ואינסוף אפשרויות הבחירה, שמבלבלים את הצרכנים. כדי להתמודד עם התופעה, השיקה LG השנה אפליקציה לטלפונים ניידים, המאפשרת לצרכנים להכניס את קטגוריית המוצר שבה הם חושקים לצד מספר הגדרות נוספות, ולקבל המלצות על מוצרים, שעונים לדרישות הספציפיות שלהם.

**"האקדמיה למיזוג אוויר".** על רקע התוכנה כי קיים צורך בהכשרת מוסדרת בתחום מיזוג האוויר וכי LG רואה בישראל שוק משמעותי ומתפתח, נחנכה בחודש



**2007**  
LG פותחת  
ציגות בישראל.

**1996**  
החברה נכנסת  
לתחום הטלקום.

**1995**  
החברה ממתנת  
את עצמה מחדש  
תחת LG.

**1982**  
החברה מייצאת  
לראשונה מחוץ  
לגבולות קוריאה.

**1966**  
החברה משיקה את  
מכשיר הטלוויזיה  
הראשון בקוריאה.

**1958**  
שתי חברות מתמזגות  
בדרום קוריאה:  
GoldStar ו-Lucky.