

SELL

SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA | PIAC

XIII/10 2017
OKTÓBER
495 HUF/1,90 EUR

KERESKEDELEM | HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK | IT

KÁVÉ EXTRÁVAL

KÜLÖNLEGES KAMPÁNNYAL
KÉSZÜL A DELONGHI

BSH INTERAKTIVITÁS

TRÉNING NAPOT TARTOTT A BSH

PÁROSAN SZÉP AZ ÉLET

MIRE JÓ A DUÁL KAMERA?

FELHŐK AZ ONLINE LOGISZTIKA EGÉN

EGYRE KOMOLYABB KIHÍVÁS
A KÉZBESÍTÉS

ÖSSZHANG

SAMSUNG LÁTÁSMÓD
A MARKETINGBEN

FEHÉRVÁRI MIKLÓS
BEKO BRAND MANAGER

MEGÁLLÍTHATATLANUL

„...A TOP 3-BA KERÜLÉS SEM IRREÁLIS CÉL
SZÁMUNKRA HOSSZABB TÁVON.”

120 MODELL

A csend
hangjai

**FELÜLTÖLTŐS
MOSÓGÉPEK**



OKOSTELEFONOK

Hova tovább?



HAJSZÁRÍTÓK

**SZABADONÁLLÓ
TŰZHELYEK**



A stainless steel Amica gas stove with an oven is shown in a kitchen setting. The stove has four burners and a digital display on the front panel. A frying pan filled with mushrooms is cooking on one of the burners. The oven door is open, revealing a large interior space. The background features a white brick wall and a wooden cutting board with onions and a knife on the counter.

Amica

Intelligens stílus

Az Amica széles tűzhely választékában számos olyan megoldás és funkció megtalálható, amely egyszerűbbé, komfortosabbá teszi a készülékek mindennapi használatát.

EDÉNYTARTÓ FIÓK

A tűzhely alján található praktikus, könnyen használható edénytartó fiók extra tároló helyet biztosít edények számára.

ÖNTÖTT VAS RÁCS

Az öntött vasból készült edénytartó rács garantálja az edények biztonságos elhelyezését, ugyanakkor a magas hőmérséklettel szemben is ellenálló anyagnak köszönhetően rendkívül tartós is.

TELESZKÓPOS SÜTŐSÍN

A kihúzható sütősínnak köszönhetően a tálcát nem kell kivenni a készülékből, így egyszerű és biztonságos az ételek ellenőrzése.

XXL KAPACITÁS

A nagy, akár 66 literes sütőtér maximális térkihasználást tesz lehetővé és így nagyobb méretű ételek is készíthetők benne.

Kedves Olvasó!

A SELL szerkesztése során a megjelenő anyagokat mindig igyekszünk úgy összeválogatni, hogy az egyes cikkek önmagukban is érdekesek legyenek, de a hasonló témában készült írások valamiféle szinergiát is adjanak. Erre több módszert is használunk, például egy területet többféle aspektusból közelítünk meg, vagy éppen az interjúk során olyasmikre is rákérdezzünk, amikről tudjuk, hogy az aktuális számban külön is írni fogunk róla. De számos egyéb módon is törekszünk arra, hogy a részek összege több legyen az egésznél, és egy-egy gondolat több helyen is felbukkanjon, csak éppen egy kissé más megközelítésben. Ehhez persze arra is szükség van, hogy a tartalom megfelelően szerteágazó és színes legyen. Reményeink szerint az októberi szám nem hagy kívánnivalót maga után e tekintetben. Interjúból például négyet is olvashatnak ezúttal. Beszélgettünk a Samsung marketingvezetőjével a kommunikáció kérdéseiről, hasonló témában, a tervezett aktivitásairól kérdeztük a De'Longhi termékmenedzserét, tervekről, trendekről faggattuk a Hama ügyvezetőjét és értékesítési vezetőjét, a címlapinterjúban pedig a Beko eredményeinek, sikereinek háttéréről kérdezősködtünk. Az online kereskedelmet vásárlói szemszögből és a kapcsolódó szolgáltatások oldaláról is megközelítettük egy-egy írásunkban. Beszámolunk több eseményről, így az Árukereső.hu Ország Boltja versenyének 2017-es díjazottjairól, a BSH interaktív tréningnapjának részleteibe is bepillantást nyerhetnek, és Groupe SEB rendezvényén történekről is tájékoztatást adunk. A termékeket illetően pedig most a felültöltős mosógépek mellett a szabadonálló tűzhelyek kínálatában mélyedtünk el, de a hajszárító-választékból is szemezgettünk, a szórakoztatóelektronika és IT-szegmens termékkörei közül pedig az okostelefonok kerültek a középpontba. Ez utóbbi kapcsán pedig olyan kérdésekben is elmélyedtünk, mint az akkumulátorkapacitás és az ahhoz kötődő igények, illetve a dual kamera funkció előnyeit is sorra vettük. Bízom benne, hogy nemcsak a témaválaszték szélessége, de az egyes anyagok tartalma is mind minőségben, mind információk tekintetében megfelel az elvárásaiknak és kielégíti szakmai kíváncsiságukat. Ezzel a gondolattal kívánok kellemes időtöltést októberi magazinunkhoz!



SZALAI DÁVID
főszerkesztő



SELL

**KERESKEDELEM
HÁZTARTÁSI KIS- ÉS NAGYGÉPEK
IT • SZÓRAKOZTATÓ ELEKTRONIKA
PIAC**

KIADÓ: MAMURI HUNGARY KFT.
FELELŐS KIADÓ: A KFT. ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓJA
FŐSZERKESZTŐ: SZALAI DÁVID
MUNKATÁRSÁK: KOVÁCS VIKTOR,
DR. DEÁK GÁBOR, DR. RÓNA ZSÓFIA,
PRINTSCHLER VIKTOR, SZÁSZ JUDIT
ZSOFCSIN JENŐ, NAGY DÁNIEL, KAS GABRIELLA,
FERENCZI TÜNDE
FOTÓ: PAPP MÓNIKA
KORREKTOR: LIGETI SZILVIA
GRAFIKA ÉS TÖRDELÉS: VIG TAMÁS
SZERKESZTŐSÉG: 1117 BUDAPEST,
KARINTHY FRIGYES ÚT 17.
WEB: WWW.REDEDITIONS.HU
E-MAIL: INFO@REDEDITIONS.HU
TELEFON: +36 1 781 7889
FAX: +36 1 799 9495
NYOMDA: GIGEL KFT.

MEGRENDELHETŐ A SZERKESZTŐSÉG CÍMÉN
ISSN 2060-4157
TERJESZTI A LAPKER

ELŐFIZETÉSBEN TERJESZTI
A MAGYAR POSTA ZRT.
A LAP ELŐFIZETÉSBEN MEGRENDELHETŐ
AZ ORSZÁG BÁRMELY POSTÁJÁN,
A HÍRLAPOT KÉZBESÍTŐKNÉL,
WWW.POSTA.HU WEBSHOP-BAN
(HTTPS://ESHOP.POSTA.HU/STOREFRONT/),
E-MAILEN A HIRLAPELOFIZETES@POSTA.HU
CÍMEN, TELEFONON 06-1-767-8262 SZÁMON,
LEVÉLBEN A MP ZRT. 1900 BUDAPEST CÍMEN.

rededitions

6 HÍREK, ÉRDEKESSÉGEK

**10 ÉRDEKESSÉGEK
A HÁZTARTÁSI GÉPEK
VILÁGÁBÓL**

**12 ÚJDONSÁGOK
A SZÓRAKOZTATÓ
ELEKTRONIKA VILÁGÁBÓL**

14

MEGÁLLÍTHATATLANUL
INTERJÚ FEHÉRVÁRI MIKLÓSSAL
a Beko brand managerével



34 VÁSÁRLÁS ONLINE
Az online fogyasztás háttere 2.

36 BSH INTERAKTIVITÁS
Beszámoló a BSH tréning napjáról

38

HAJFITNESZ
Technológiák a haj védelmére



40 SZÉPSÉG ÉS EGÉSZSÉG
Ízelítő a hajszárító kínálatból

**42 TERMÉKCSOPORT
BEMUTATÁS**
Górcső alatt a szabadonálló tűzhelyek

60

A VASON TÚL
INTERJÚ PROHÁSZKA OTTÓVAL
a Hama ügyvezető igazgatójával és a cég
értékesítési vezetőjével, Falus Lászlóval



18 ORSZÁG BOLTJA 2017

Beszámoló az Árukereső.hu Ország Boltja versenyének 2017-es díjazottjairól.

20 FÓKUSZBAN A ROWENTA

Beszámoló a Group SEB sajtótájékoztatójáról

24 TERMÉKCSOPORT BEMUTATÁS

Górcső alatt a felültöltős mosógépek

32

KÁVÉ EXTRÁVAL

INTERJÚ SZABADOS BENCÉVEL
a De'longhi termékmenedzserével



48

ÖSSZHANG**INTERJÚ WITSCH GERDÁVAL**

a Samsung hazai leányvállalatnak
marketingvezetőjével

**50 TELT HÁZ**

Memórizaba és merülő akkumulátor

52 PÁROSAN SZÉP AZ ÉLET

A duál kamerás telefonok előnyeiről

53 FELHŐK AZ ONLINE LOGISZTIKA EGÉN

Egyre komolyabb kihívás a kézbesítés

54 TERMÉKCSOPORT BEMUTATÁS

Górcső alatt
az okostelefonok

62 JEGYZET

64

TERMÉKCSOPORT ÖSSZEHASONLÍTÁS

GÓRCSÓ ALATT

A FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

66 TERMÉKCSOPORT ÖSSZEHASONLÍTÁS

GÓRCSÓ ALATT

A SZABADONÁLLÓ TŰZHELYEK

68 TERMÉKCSOPORT ÖSSZEHASONLÍTÁS

GÓRCSÓ ALATT

AZ OKOSTELEFONOK



Új kollekció az LG-től

Az LG bemutatta beépíthető háztartási gépeinek új generációját, amely még inkább illeszkedik a meglévő konyhák lehetőségeihez. A vásárlók egyre inkább szeretnék részt venni a saját konyhájuk kialakításában, és egyre inkább a személyre szabott megoldásokat kedvelik, ezért az LG új beépíthető gépei két különböző méretben és számos stílusban érhetők el. A gyártó a legmodernebb technológiát ötvözi a kifinomult stílussal, így ezek a prémium kategóriás háztartási gépek tökéletesen illeszkednek bármely konyhastílushoz, a lehető legjobb helykihasználás mellett. Az Észak-Amerikában forgalmazott LG STUDIO kollekció egyik legfontosabb ismertetőjele a gépek fényes, fekete, rozsdamentes acél

burkolata, amely még szennyeződtetiszító tulajdonsággal is rendelkezik. A termékcsalád tagjai közé tartozik egy közel 80 cm széles elektromos tűzhely, egy több mint 90 cm széles indukciós főzőlap, egy kerámia és egy gáz főzőlap, egy páraelszívó, egy 61 cm széles QuadWash mosogatógép és egy tekintélyes méretű, 107 cm széles side by side hűtőszekrény. A hazánkban egyelőre még nem kapható európai LG STUDIO termékcsalád stílusos készülékei közé tartozik – számos kerámia és gáz főzőlap mellett – egy 61 centis elektromos tűzhely, egy ugyanilyen széles indukciós főzőlap, egy hasonló méretű QuadWash mosogatógép, egy szintén 61 centis szélességű alul fagyaszto hűtő és egy több mint 90 cm széles páraelszívó.

Eladták az Arénát

Budapest második legnagyobb bevásárlóközpontja, a Symmetry Arena Ingatlankezelő Kft. tulajdonában álló Aréna Plaza 275 millió euróért (85 milliárd forintért) került a dél-afrikai NEPI Rockcatle portfóliójába. Az Aréna Plaza 2007-ben épült a Keleti pályaudvar szomszédságában, és mára évi 10 millió látogatójával és 100 százalékos bére-adottságával Budapest egyik legsikeresebb bevásárlóközpontja. Az Aréna Plazát olyan vezető nemzetközi márkák bérlik, mint a Bershka, a H & M, az IMAX Cinema City, a KFC, a Massimo Dutti, a McDonalds, a Media Markt, a New Yorker, a Peek & Cloppenburg, a Pull & Bear, a Sports Direct, a Starbucks, a Stradivarius, a Tesco és a Zara.

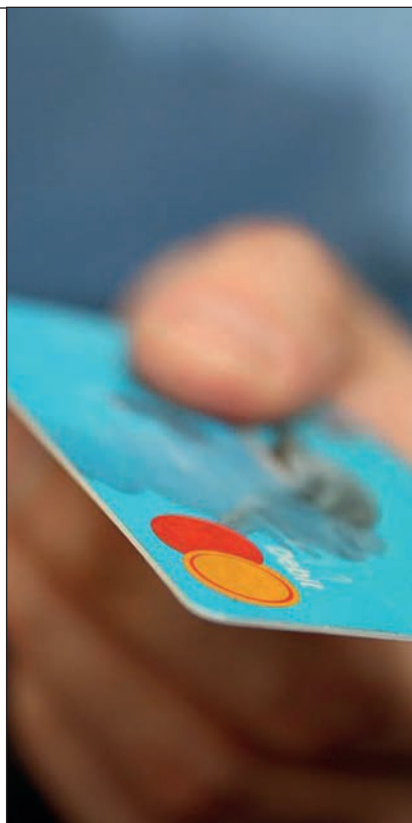


Tizenöt éves az Extreme Digital

Tizenöt éve működik teljes körűen, hibrid üzleti modellt használó e-kereskedőként az Extreme Digital. Kezdetben a vállalatnak csupán egy üzlete volt a budapesti Visegrádi utcában, ahol digitális fényképezőgépeket, számítógép-alkatrészeket és PC-ket árusítottak. Bár akkoriban az online értékesítés itthon még gyerekcipőben járt, a www.edigital.hu címen elérhető webáruházat az alapítók, Várkonyi Balázs és Kelemen Gyula azért indították el, hogy kiterjeszthessék tevékenységüket az ország teljes területére. Az Extreme Digital azóta Magyarország legnagyobb forgalmú e-kereskedőjévé nőtte ki magát, üzlethálózata pedig az évek során tizenhétre bővült, de hat másik országban is jelen van. Míg az indulás évében az alapítók mellett csupán három kolléga dolgozott a cégnél, 2010-ben már száz felett volt, jelenleg pedig csaknem 300 főt tesz ki a létszám. Az elmúlt tíz évben a vállalat nyolcszorosára növelte forgalmát és havonta átlagosan mintegy 60 ezer darab terméket szállít házhöz vagy valamelyik átvevőpontra. A legnagyobb arányban a konyhai kis- és nagygépeket, barkácseszközöket, okostelefonokat, tévéket, irodai eszközöket és mosógépeket, hűtőszekrényeket rendelik házhöz szállítással az ügyfelek. Csak az utóbbi tíz évben a vállalat közel 1 millió darab mobiltelefont, csaknem 300 ezer darab tévét, közel 350 ezer darab digitális fényképezőgépet értékesített. Háztartási nagygépeket 2008 óta árusít az Extreme Digital: mostanáig több mint 40 ezer darab mosógépet, és körülbelül ugyanennyi darab hűtőszekrényt adott el.



PIAC



Lendületben a kiskereskedelem

Nyolc hónap alatt 4 százalékos növekedést produkált a kiskereskedelmi forgalom. Az év hátralévő hónapjaiban 5 százalék körüli bővüléssel lehet számolni. Az idén összességében 4-4,5 százalékos tempó várható, a jelenlegi kilátások szerint pedig jövőre is hasonló eredményt érhet el a szektor. A kiskereskedelmi forgalom augusztusban 4,6 százalékkal emelkedett a KSH első becslése szerint. Németh Dávid, a K&H Bank vezető elemzője szerint a friss adat megfelel a várakozásoknak. Továbbra is a tartós fogyasztási cikkeket is tartalmazó nem élelmiszerek csoportja húzza a kiskereskedelmet: ebben a termékkörben - a naptárhatással korrigált adatok szerint - 7,7 százalékos volt az augusztusi növekedés. Az élelmiszerek forgalma 2,9, az üzemanyagoké pedig 2,6 százalékkal nőtt. A szakember elmondta, hogy nincs újdonság ezen a téren, elsősorban a nettó reálbérek emelkedése és a korábban elhalasztott vásárlások miatt bővül a kiskereskedelem.

TÁRGYALÁS



Kivonulhat a Tesco

Folyamatosan tárgyalnak a béremelésről és a munkavállalói létszámbővítésről a Tesco és a társaságnál működő érdekképviselők. Beszámolók szerint, ha nem tudnak megegyezni, a Tesco akár ki is vonulhat Magyarországról, sőt a négy kelet-közép-európai leányvállalatot összefogó Tesco Európától

is megválhatnak jövőre, amennyiben kitartanak követeléseik mellett a helyi munkavállalók, és sztrájkokkal tizedelik a napi bevételeket. Ugyanakkor a Tesco magyarországi sajtóosztálya közölte, hogy a Tesco továbbra is elkötelezett a hosszú távú és fenntartható magyarországi és közép-európai működés mellett.

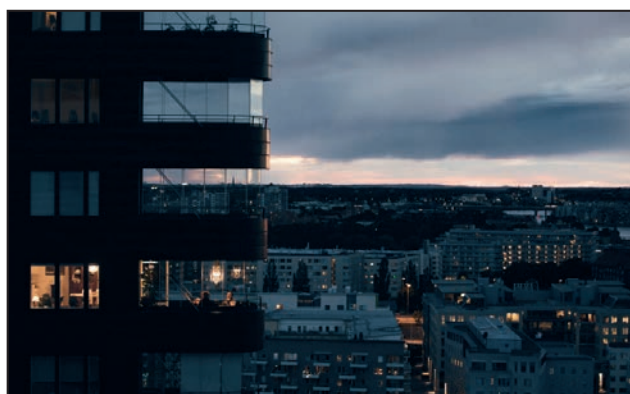
ELISMERÉS

Továbbra is élen az Electrolux

Az Electrolux megtartotta iparági vezető pozícióját a tartós fogyasztási cikkek kategóriájában a Dow Jones Fenntarthatósági Világindexén (DJSI World). A vállalat a tizenegyedik egymást követő évben kapta meg az elismerést a RobecoSAM által közzétett értékelésben. „Ebben az évben az Electrolux új célt fogalmazott meg, ami egyértelműen azt mutatja, hogy vállalatunk számára a fenntarthatóság

az elkövetkező években is kulcsfontosságú stratégiai eszköz marad” – emelte ki Henrik Sundström, az Electrolux fenntarthatósági ügyekért felelős vezetője.

„Electrolux – Shape living for the better/Egy jobb életért dolgozunk – új célkitűzésünk egyaránt szól arról, hogy minden, amit teszünk, fenntartható módon tegyünk, illetve szól arról is, hogy nap mint nap azért dolgozunk, hogy vásárlóink termékeink használatával még élvezetesebben és fenntarthatóbb módon tudjanak élni.” A Dow Jones Fenntarthatósági Index segítségével a befektetők környezettudatossági megfontolások mentén építhetik ki portfóliójukat. Ugyanakkor az index egy jó platform arra is, hogy a vállalatokat a fenntarthatóság legjobb gyakorlatainak követésére ösztönözzék.



HÍREK



A Google vette meg a HTC-t

Szeptember közepén bejelentették, hogy a Google lényegében felvásárolja a HTC-t: a keresőóriás 1,1 milliárd dollárt, átszámítva mintegy 281,6 milliárd forintot fizetett a tajvani mobilgyártó cégért. Mindez technikai értelemben véve nem szó szerinti felvásárlást jelent, a Google ugyanis a HTC szellemi tulajdonaiért, valamint jó néhány dolgozójáért fizetett ennyit. A GSM Arena beszámolója szerint a felvásárlás azért sem meglepő, mert már eddig is szoros volt a két cég közti együttműködés. A HTC szakemberei segítettek a Google-nek a Pixel telefon kifejlesztésében, így ők mostantól már hivatalosan is a Google-nek dolgoznak. A felvásárlástól függetlenül a HTC továbbra is készíti majd saját okostelefonokat, tovább bővíti a virtuálisvalóság-platformját, a Vive-ot, valamint az IoT-t, a kiterjesztett valóságot és a mesterséges intelligenciát érintő befektetéseit sem adja fel.

Ünnepel a Dell

A Dell Technologies, a világ legnagyobb magánkézben lévő technológiai vállalata létrejöttének első évfordulóját ünnepli a Dell és az EMC történelmi jelentőségű egyesülése után. Első évében a vállalat megalapította az egyesített Dell és Dell EMC értékesítési

részleget, valamint létrehozott egy 35 milliárd dolláros Dell Technologies értékesítési csatornát és egy globális partnerprogramot, amely 10 000 új üzleti ügyféllel bővítette a Dell EMC portfólióját. Ezenfelül a Dell EMC 2017 első felében a kiaknázatlan lehetőségeket rejtő ügyfeleknél robbanásszerű növekedést ért el a bevételekben (a korábbi ráták közel kétszeresét), köszönhetően a szerverek, tárolórendszerek, kliensek és az egyesített infrastruktúra-megoldások keresztértékesítésének. A Dell Technologies továbbá bejelentette, hogy a GE, a világ legnagyobb digitális iparvállalata több évre kötelezettséget vállalt, miszerint a Dell infrastruktúrájára és végfelhasználói számítástechnikai megoldásaira támaszkodik a GE digitális átalakulása során. A megállapodás szerint a Dell lesz a GE elsődleges számítástechnikai infrastruktúra-beszállítója. A megállapodás a Dell Technologies, a Dell és az EMC történetének legnagyobb kormányfüggetlen szerződése.



Inkább a net, mint a fürdés

Az NRC és a Vodafone Digitális identitás vs. valóság című kutatása érdekes eredményeket hozott. Míg az idősebb generáció az életet kényelmesebbé tévő szolgáltatásként tekint a netre, addig a fiatalabbak nem is tudnak élni nélküle. Minél fiatalabb valaki, annál fontosabb számára a net. A Z generációnak (8–22 éves korosztály) az otthon kényelméhez az internet a legfontosabb, 88 százalékuk arról semmiképpen sem mondana

le. A második helyre a zenehallgatási lehetőség (44 százalék), a harmadikra pedig, hajszállal lemaradva, a tisztálkodási lehetőség, például a meleg víz futott be (43 százalék). Az Y generáció tagjainak (a 23–37 éves korosztály) még a tisztálkodási lehetőség a legfontosabb ugyan (59 százalék), de esetükben is ott van – ráadásul a tisztálkodás mögött szorosan – a net (57 százalék). Számukra már az is fontos, hogy mit esznek, a harmadik helyre az ételtárolási, főzési lehetőség futott be (40 százalék).



Állati elmék

A zuhanó PC-piacon mozgó Acer szeretné stabilizálni a helyzetét és új bevételi forrásokat találni, ennek jegyében kissé furcsa ötlettel rukkoltak elő. Jason Chen, a tajvani gyártó első embere az IFA-n beszélt először az új koncepcióról, aminek fókuszában nem a klasszikus PC eszközök állnak. A Pawbo Wag Tag névre keresztelt eszköz például egy nyakörv, amely képes megmutatni a gazdáknak, hogy az ebük éppen milyen érzelmi állapotban van. A Pawbo iPubby Go pedig azt méri, hogy a kutya vagy a macska hány lépést tett meg, mennyire volt aktív és mennyit aludt. Az 55 éves menedzser közölte, hogy meg akarták mutatni, hogy náluk nem minden a számítógép körül forog. Chen az új eszközkategóriára Petware néven hivatkozott, és ez része az Acer „újraindítását” célzó stratégiának.





Egy konzorciumé a Toshiba

Mégsem a Western Digital szerzi meg a japán cég elektronikai üzletágát, hanem a Bain Capital befektetési csoport nevével fémjelzett konzorcium vásárolja meg a Toshiba csipgyártó részlegét. A Reuters információi szerint a konzorcium tagja az Apple, a Dell, a Hoya, a Kingston, a Seagate és az SK Hynix. A Bain Capital, az SK Hynix és a Hoya több mint 960 milliárd jent fizet a csiprészleg részvényeiért, míg az összeg az Apple, a Dell, a Kingston és a Seagate esetében több mint 440 milliárd jent. Ugyanakkor a tranzakció még nem valósulhat meg, mivel a Western Digital szerződésessége miatt több országban is pert indított az üzlet kapcsán. Ennek ellenére a Toshiba megerősítette a hírt, és kiderült az is, hogy a vételár kétbillió jent.

Közös kábelezés

Becslések alapján 2025-ig a transzatlanti adatforgalom a mostani nyolcszorosára nő majd. Azoknak a vállalatoknak, amelyek üzlete elsősorban az adatokon alapul, komoly érdekük, hogy ne legyenek forgalmi dugók az interneten. Egyes cégek ugyanakkor nem várnak, hanem a maguk kezébe veszik az irányítást – ezek közé tartozik a Microsoft és a Facebook is. A két IT-óriás a Telxius

spanyol hálózati vállalattal közösen fektette le a legnagyobb teljesítményű adatkábelt, amely Bilbao és Virginia Beach között húzódik. A Marea nevű kábel körülbelül 6600 kilométer hosszú, a súlya közel 4650 tonna. A nyolc szálból álló, rézzel borított kábel másodpercenként 160 terabitet tud továbbítani. Ez azt jelenti, hogy egy időben 71 millió nagy felbontású videót lehet átvészteni a Mareán keresztül.



Behálózva

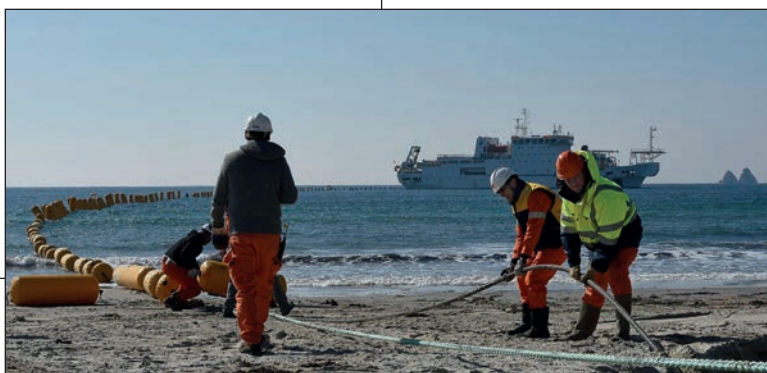
Az IT-forradalom mindent behálóz, többek között az épületgépészetet is, nem is akármilyen mértékben. A Gartner szerint az intelligens kereskedelmi épületek 2017-ben az IoT-technológia legnagyobb felhasználóivá válnak. A piackutató számításai alapján az IoT-érzékelők száma a 2015-ös 377 millióról 2018-ra jóval

meghaladja majd az egymilliárdot. Az előrejelzések szerint az épületekben jelen lévő IoT-technológiák piaca a 2014-es 46 milliárd dollárosról 2020-ra 155 milliárdosra nő. Míg 2014-ben az épületfelügyeleti rendszerek összekapcsoltsága csupán 16 százalék volt, ez az arány 2025-re várhatóan már 50 százaléknál is nagyobb lesz. Eszerint az IoT és a hálózatba kapcsolt épületek bevezetése egyértelműen előremutató üzleti döntést jelent. A prognózisok alapján az IoT az épületek piacán évi 25 százalékkal fog emelkedni a következő három évben, az addigra 85 milliárd dolláros iparág pedig már 25 milliárd hálózatba kapcsolt eszközt foglal majd magába.



Itt a DOOGEE

A cseh után a magyar piacra is beléptek a DOOGEE okostelefonok. Az 5,5 hüvelykes DOOGEE MIX az egyik legkisebb keret nélküli okostelefon a piacon. A modell 4, illetve 6 GB memóriával szerelt változatokban kapható. A kijelző ötödik generációs Gorilla Glass védi, a hátlapon pedig kettős kamera (16 + 8 MP) gondoskodik a képalkotásról. A DOOGEE közép-európai termékmenedzsere szeptember 20-án, a MIX prágai bemutatója során elárulta azt is, hogy milyen további modellek várhatóak. Elérhető lesz egy „light” verzió, amelynek a műszaki tartalmát még nem ismertette a gyártó. Ezután a BL5000, a BL7000 és a BL1100 modellek jönnek, amelyek kifejezetten a hosszú üzemidőt célozzák meg. A BL rövidítés is erre utal, a Be Long és a Belong szavak játékból ered. Az elsőként érkező BL5000 egy kiemelkedő, 5050 mAh kapacitású akkumulátorral lesz felszerelve, amely több napra elegendő energiát biztosít.



Újdonságok

Biztonságosan

a szép frizuráért

A hölgyek öröme két újdonsággal is jelentkezett a Momert. A kerámialapos hajvasaló innovatív módon LCD-kijelzőt kapott, amelyen a beállított hőmérséklet tekinthető meg. Az érzékenyebb hajtípusúakra gondolva erre 80 és 210 °C-fok között van lehetőség, de mivel a lapok kerámiából készültek, így a magasabb hőmérséklet sem fogja ronsolni a hajszálat. Az ergonomikus formatervezésű modell könnyű használatáról a 360 fokban elforgatható vezeték gondoskodik, akárcsak a kétfunkciós hajvasaló esetében, amely egyszerre alkalmas a frizura egyenesítésére és göndörítésére. A hasonló szín- és formavilágú készülék működési hőmérséklete 180 ± 15 °C. A modell a biztonság jegyében szintén kerámialapokat kapott.



Okosabb az LG robotporszívója, mint egy majom

Az új készülék a Dél-Korea legjobb intézményeként számontartott Szöuli Nemzeti Egyetem Robotika és Intelligens Rendszerek Laboratóriuma szerint az iparágban egyedüli módon képes imitálni az emberi gondolkodás mintázatait. A manapság elérhető legjobb robotporszívók többsége képes a tanulásra, azonban az SNU robotikai laboratóriuma szerint nem minden robotporszívó tanul ugyanazon a kognitív szinten. A konvolúciós neurális hálózat technológiáját használva az LG mérnökei olyan tanulási képességgel vértették fel a robotot, amelynek segítségével a tárolt képi adatok analízisének útján képes megkülönböztetni egymástól egy embert és egy kutyát. Az LG mérnökei a DeepThinQ technológiát alkalmazva a robotot a mesterséges intelligenciákat jellemző két legfontosabb tulajdonsággal, az érzékelés és a döntéshozatal képességeivel is ellátták, a készülék így léphetett a két évvel ezelőtti modell majom szintjéről a következőre. A laboratórium megállapította, hogy a készülék egy hat-hét éves gyerek tanulási képességeit mutatja. A kognitív képességeknek ezt a fokát a labor a gyermekszint megjelöléssel kategorizálta, az ennél alacsonyabb majom- és delfinszintek mellett. A DeepThinQ technológiával felvértezett LG HOM-BOT Turbo+ porszívót az különbözteti meg más modellektől, hogy nemcsak felismeri a tárgyakat és feltérképezi a leghatékonyabb utat a lakásban, de számol az emberi beavatkozással is. Ha a porszívó a lakásban emberrel találkozik, egy pillanatra megáll, és lehetőséget ad az útjában állónak, hogy kitérjen. A bútorok és más rögzített tárgyak esetében azonban pontosan tudja, hogy nincs mire várnia, és egyből továbbhaladhat, hogy folytassa a takarítást.



SELL KOMMENT

„A laboratórium megállapította, hogy a készülék egy hat-hét éves gyerek tanulási képességeit mutatja.” Az angol tudósok ezzel biztosan nem értenének egyet. A marketingkommunikáció sosem volt mentes a túlzásoktól, de az LG-nek ezúttal sikerült szintet lépnie. Sajnos a hír nem egy „kacsa” magazinból származik.

Teljesítménye akár a tornádóé

A Samsung bemutatta vezeték nélküli POWERstick PRO porszívóját. A készülék lelke a Samsung digitális inverter motorja, amely 150 wattos teljesítményével a legnagyobb szívóerőt biztosítja a piacon, garantálva a kiemelkedő tisztítási képességet minden felületen. Szemben a hagyományos porszívókkal, a POWERstick PRO Dual Action Brush seprőfeje két kefesorból áll, amelyekhez két különálló dob is tartozik, így a készülék hatékonyan szedi fel a koszt. A kefék forgási sebessége 5000 fordulat percenként, és mivel ellentétes irányban mozognak, könnyedén megragadják és eltávolítják a finom szemcséket és a nagyobb méretű szennyeződések is. Már nem szükséges többször áthaladni ugyanazon a felületen: egyetlen húzás elég a tökéletes tisztaság eléréséhez. A modell ezenkívül nagy teljesítményű és cserélhető, 40 perc üzemidejű 32,4 voltos lítium-ion akkumulátorral rendelkezik, ami bőven elég a legtöbb otthon kitakarításához. Az akkumulátor szükség esetén könnyedén cserélhető, de öt éven át garántalan biztosítja az állandó energiaszintet.



Derűs idő várható

Többet senki nem felejt otthon az esernyőjét, ha befektet egy Sencor-féle professzionális meteorológiai állomásra. A légnyomás és a levegő hőmérsékletének változásán alapuló 12–24 órás előrejelzést kínáló készülék színekkal, ikonokkal és számokkal is jelzi a várható időjárást. Az 5,8 colos 256 színű kijelzőről jó pár dolog leolvasható. Lesz-e eső, vagy mennyi volt a csapadék az elmúlt öt napban, várható-e szellőkés, mekkora a légnyomás stb. Ezen túlmenően figyelmeztető funkciókat is kapott, így figyelmeztet jegesedés, túl magas, túl alacsony hőmérséklet vagy éppen vihar esetén.



Gőzerővel

Új szépségápolási termékkel rukkolt elő a Panasonic, egész pontosan egy nanoionos technológiát alkalmazó arcgőzölőt mutattak be. A gőz használata tisztítás előtt, illetve közben felmelegíti és puhítja a bőrt, így megfelelően eltávolíthatóak a különböző olajok, szennyeződések, elhalt hámsejtek és alapozók, a bőr pedig tiszta és friss marad. Az arcgőzölő nanoméretű gőzrészcskéket alkalmaz, amelyek 18 000-szer kisebbek, mint a hagyományos gőzrészcskék, ezért könnyen felszívódnak a bőrben. A végeredmény egy hidratált, mélytisztított, rugalmas bőr, amelynek ragyogó a megjelenése. A Princeton Research Company által a közelmúltban végzett tanulmány szerint nyolchetes otthoni használat után a nanoméretű gőzrészcskék körülbelül 130%-kal növelték meg a bőr nedvességét. A hidratálókrémek olajával ellentétben az arcgőzölő magát a bőrt hidratálja. A tanulmány megállapította, hogy a bőr rugalmassága körülbelül 20%-kal nőtt, és az apró ráncok is csökkentek. Ezenfelül kimutatták, hogy az arcgőzölő folyamatos használata körülbelül 42%-kal csökkentette a mitesszerek és a nagy pórusok előfordulását.



Profi a padlón

Szerencsére az Electrolux robotporszívója nincs egy hétéves gyerek szintjén, cserébe azonban kiváló munkát végez, és egyúttal a távolról irányítható készülékek sorát is bővíti. A telefonra letölthető applikáció lehetővé teszi a porszívózás idejének beállítását, valamint információt ad arról, hogy hol tart éppen a takarítás. Az innovatív Electrolux 3D Vision technológia segítségével a készülék pontosan feltérképezi a szobát, hogy elkerülje az akadályokat. Három dimenzióban – a padló szintjén, a padló felett és az élek mentén – vizsgálja az akadályokat, majd eldönti, melyik a legjobb tisztítási útvonal. Az erős szívóteljesítmény, a háromszögletű kialakítás, valamint egy külső kefe együttesen dolgoznak azon, hogy a porszívó a legkisebb sarkokat is hatékonyan elérje és megtisztítsa.



Formázd magad!

A Remington hajszárítójával, akárha csak fodrászstúdióba mennénk, vagy még tovább. A Keratin Protect ihlette modell kondicionáló gyűrűje impregnált keratint és mandulaolajat tartalmaz, amely a frizura készítése közben lassan kibocsátásra kerül a hajszálakba, ezáltal erős, egészséges, ruganyosra szárított megjelenést biztosít a frizurának. A trendi sötétszürke és rózsaszín 2200 W-os Keratin Protect hajszárító gyors felmelegedést és egyenletes hőeloszlást biztosító kerámiabevonatos ráccsal, valamint a gubancoktól mentes fényes haj eléréséhez a nedvességet a hajszálakba záró, 90%-kal több iont előállító iongenerátorral van felszerelve.

Érdekségek



Itt a lophatatlan

Végre egy okosság, aminek tényleg van értelme. A Volterman nevű cég megalkotta lophatatlan pénztárcát. A belsejébe egy kamerát építettek, így amikor egy illetéktelen személy kinyitja, fotót készít róla. Az eszköz pedig pontosan tudja, mikor nincs a tulajdonosánál, a beépített nyomkövetőnek és a tárcához fejlesztett alkalmazásnak köszönhetően ugyanis érzékeli, ha egy bizonyos távolságon kívül került a mobiltól. Ez egyébként akkor is jól jön, ha ottfelejtjük valahol. Ráadásul egy csomó hasznos dolgot is pakoltak az okosságba: 2500-5000 mAh-s akkumulátor került bele, így használható teleföntöltőként, de még wifihotspotként is.

Világrekorddal debütált a Note8

Az augusztus 23-i leleplezése óta a Galaxy Note8 több országban előrendelési rekordot döntött, immár pedig a magyar vásárlók is testközelből megismerhetik az innovációkat, amelyekre a készülék képes. A Galaxy Note8-at a felhasználók igényei és életmódja alapján tervezték meg: a készülék minden eddiginél nagyobb Infinity Display,



azaz határtalan kijelzővel bír, keskeny kialakítása miatt mégis kényelmesen elfér egy kézben is. A készülék kijelzője nagyobb felületet biztosít a videonézéshez, olvasáshoz és rajzoláshoz – ez teszi valódi multitasking telefonná. A formabontó dizájnnal érkező készülék bevezetését Dubajban világrekorddal tették felejthetetlenné. Egy 37 965 LED-izzóból álló installációt állítottak ki a dubaji Burj Parkban, amely a Galaxy Note8 Infinity Display kijelzőjét és az ikonikus S-Pent formázta meg. Az installáció a Guinness Rekordok Könyvébe is bekerült, mint a világ „legnagyobb LED-installációja”.

SELL

KOMMENT

Nem annyira megy ez a Nokiának. Ismét se füle, se farka a dolognak.



Felturbózták a Nokiát

Márciusban jött ki a Nokia az új 3310-es telefonjával, amire a sajtó is szépen ráharapott, a nagy várakozásokat azonban nem koronázta siker. Hamarosan kiderült, hogy lehet egy telefon retró, de ha nagyon „buta”, akkor nem kell ma már a kutyának se. A gyártó ezért úgy döntött, hogy a tavaszi verzióhoz képest 3G-kapcsolatot tesz a telefonba, és ergonomiailag is átalakítja egy kicsit. Az új modellben Opera Mini böngészővel lehet, ha nem is szörfözni, de csónakázni a neten.

A legnagyobb

A Panasonic bemutatta a minden korábbinál gazdagabb OLED-tv-palettaját, benne a valaha készült legnagyobb Panasonic OLED-képernyővel büszkélkedő, 77 hüvelykes EZ1000 televízióval. A gyártó az eddigi legprecízebb és legfejlettebb videoprocesszort társította az OLED-képernyő-technológia által biztosított páratlan kontraszttal és színhűséggel, hogy soha korábban nem látott formájában hozza el az otthonokba a hollywoodi mozivilágot. A legújabb Studio Colour HCX2 processzor páratlan mélységű feketéket és az eddigi legpontosabb színeket jeleníti meg, így a

televízió magával ragadó képminőséget biztosít. A filmes utómunkákat végző Deluxe tulajdonában lévő Company 3, az EFILM és az Encore színszakértői és képmérnökei a Panasoniclal együttműködve végezték a 4K Pro technológiájú EZ1000 és EZ950 OLED-tv-készülékek képhangolását és tesztelését.



Kulcs

a mindennapokhoz

A Kingston bejelentette legújabb USB-meghajtóját, a DataTraveler Elite G2-t, amely egy első generációs USB 3.1- (USB 3.0-) megoldás. Nagy tárolókapacitásának és sebességének köszönhetően időt takarít meg a felhasználóknak filmek, képek és egyéb nagy méretű fájlok másolásakor. Elegáns fémborításának köszönhetően bármelyik kompatibilis eszközhöz remekül illik. A termék mindemellett rázkódástűrő és vízálló is, így a felhasználók bárhová bátran magukkal vihetik az adataikat. Az új USB-kulcs 32 GB-os, 64 GB-os és 128 GB-os kapacitású változatokban érhető el, és ötéves jótállás, valamint ingyenes műszaki támogatás jár hozzá.



Telefon Meizu módra

Bemutakozott a Meizu M6: egy 5,2 hüvelykes érintőképernyőt, a 720 p

felbontást, nyolc magot és 1, illetve 1,5 GHz-es órajelét kapott. A memória lehet 2 vagy 3 GB, az adattárolásra pedig 16 vagy 32 GB-nyi lehetőség van. A cég igyekezett javítani a kamerán, a hátoldali, 13 megapixeles, f/2.2 példány esetében például több felvételt kombinálnak a jobb zajszűrés érdekében, ami a Meizu M5-höz képest szerintük rögtön 17,5 százalékos javulást eredményez. Az előlapon ezt egy 8 megapixeles változat egészíti ki, ami nyilván elegendő lesz a megfelelő szelfiképek elkészítéséhez. A telefon több színben is elérhető lesz.



Kamerázik a Huawei

Mindössze 30 grammos, okostelefonra illeszthető, hordozható panorámakamerát dob piacra a mobilgyártó. Az új okostelefonos kiegészítővel 360 fokban 13 megapixeles képek és full HD-videók, valamint a virtuális valóságot támogató térhatású felvételek is készíthetők. A panorámakamerát két, 210 fokos széles látószögű F1.8-as rekeszértékű halszemlencsével, a Sony képszenzorával, valamint professzionális I-CATCH V35 képfeldolgozóval szerelte fel a gyártó. A készülékkel nemcsak nagy felbontású 13 megapixeles képek, hanem Full HD-videók is készíthetők 1920 × 960-as, illetve 1280 × 640 képpontos felbontásban. A panorámakamera témától függően többféle izgalmas módban is használható: a pillanatot perspektivikus, halszem, bolygó vagy VR (virtuális valóság) módban is elkaphatjuk. A VR üzemmód használata során olyan felvételeket készíthetünk, amelyeket fel lehet használni egy virtuális tér megteremtéséhez, ahol egy VR szemüveg segítségével mozoghatunk.

Ha kell a hely

A Toshiba MG06-os sorozata, amelyben üzleti célra készített, gyors merevlemezek sorakoznak, egy 10 TB-os taggal bővült. A szóban forgó újdonság 237 MB/s-os maximális folyamatos adatátviteli sávszélesség biztosítására képes a rajta található SATA 6 Gbps-os csatlófelületen keresztül. A 3,5 hüvelykes formátumú adattároló az előző generációs,

MG05-ös sorozatú csúcsmoделlhez képest 25%-kal nagyobb kapacitást kínál, megbízhatóságát pedig jól jellemzi, hogy 25%-kal hosszabb átlagos idő telik el két meghibásodás között, mint az előző generációnál. Azaz az MTBF értéke itt már 2,5 millió üzemórára rúg.



MEGÁLLÍTHATATLANUL



Valószínűleg nincsenek sokan, akik 7-8 évvel ezelőtt hittek benne, hogy a Beko még egyszer visszatér a magyar piacra. De azok még kevesebben lehetnek, akik fogadtak volna arra, hogy a márka meghatározó gyártóvá válik idehaza. A Beko azonban sikert sikerre halmozott, és évek óta megállíthatatlanul halad előre. A brand évről évre olyan növekedést realizál, ami szinte példa nélküli, és ezzel helyet követel magának a háztartásigép-márkák elitjében. Fehérvári Miklóst, a Beko brand menedzserét az ideai eredményekről, a közeljövő terveiről, elképzeléseiről faggattuk.

A Beko tavaly 65 ezer darab készüléket értékesített, idén pedig 83 ezer darab eladott termék a cél a májusi partnertalálkozón elhangzottak alapján. Hogy állnak, sikerül megvalósítani a terveket idén?

Majdnem biztos, hogy nemcsak elérjük, de meg is haladjuk a tervezett darabszámot, és a tavalyi évhez képest 30-35 százalékos növekedést produkálunk. Az első 8 hónap adatai is erre engednek következtetni, erre az időszakra vonatkozóan ugyanis 40 százalékos a bővülés 2016-hoz képest. Már a tavalyi növekedésünk is igen jelentős volt, ennek tükrében az ideai eredmények még kiválóbbak. Különösen, ha azt is hozzávesszük, hogy a 2016-os teljesítményben közrejátszott a szervezeti bővülés, a marketingforrásaink szélesedése és a hatékony kommunikáció, amihez a Beko-Barcelona kapcsolat is sokat hozott. Az idén ilyen változások nem történtek, de ennek ellenére is sikerül túlszárnyalni az eredményeinket. Úgy vélem, ebben jelentős szerep jut annak, hogy tovább fokoztuk a marketinghatékonyságot, fejlesztettük a szakkereskedőkkel történő együttműködést, illetve az áruházi jelenlétünket is szigetekkel, kapuinstallációkkal sikerült erősíteni. A Beko egy ideje már a top 10 márka között van itthon is, eredményeink alapján pedig úgy gondolom, hogy számos országhoz hasonlóan – mint Belgium, Szlovénia, Egyesült Királyság stb. – a top 3-ba kerülés sem irreális cél számunkra hosszabb távon.

Mely területeken szerepeltek a legjobban, milyen modellek voltak a legsikeresebbek?

Többféleképpen is értelmezhetjük a sikerességet. A legerősebbek a hűtőszegmensben vagyunk, ahol az SBS kategóriával például nagyságrendileg 12 százalékos piacrészt tudhatunk magunkénak. Ugyanakkor a legnagyobb fejlődést idén a mosógépek és szárítók területén, illetve a beépíthető készülékek vonatkozásában sikerült elérnünk, ahol a forgalom duplájára nőtt. De sikernek tekintem azt is, hogy a keskeny mosogatógép kategóriában úgy tudtunk 6 százalékos részesedésre szert tenni, hogy mindössze 4 modell alkotja a választékot. És bizonyos értelemben siker lehet az is, hogy a Bekónál az egyáltalán nem a húzóterületek közé tartozó szabadon álló tűzhelyek esetében a legnagyobb számban eladott modell egy 180 ezer forintos készülék.

Melyek a fejlődés további irányai, tervei? Milyen szegmensekben szeretnék fokozni jelenlétüket?

Elsősorban a termékfejlesztésre szeretnénk koncentrálni. Jelenleg körülbelül 200 modellből áll a teljes választék, amit a jövőben biztosan bővíteni fogunk. Ezen a területen is a hatékonyságra törekszünk, és a kínálatbővítés során azokat a modelleket igyekszünk megtalálni, amelyek működhetnek a magyar piacon. A szegmenseket illetően pedig a No Frost alul fagyasztós hűtőkre biztosan figyelmet for-

dítunk, mivel ez a terület domináns kategóriává vált, illetve a tűzhelyekben is szeretnénk felzárkózni a többi kategória szintjéhez. Itt elsősorban az alapmodellek vonatkozásában igyekszünk majd olyan szortimentet kialakítani, ami versenyképes lehet a piacon.

A márka kínálatában egyre több egyedi dizájn, speciális funkció, fejlett technológiai megoldás jelenik meg. Befolyásolja-e ez a márka pozicionálását jelenleg vagy akár a későbbiekben?

Szeretnénk a magasabb kategóriákban is megjeleníteni készülékekkel. Egyik oldalról minden adott ehhez. A szortimentbe állíthatunk szinte minden területen kiváló ár-érték arányt nyújtó fejlett modelleket. A magasabb kategória vásárlásánál megjelenő márkabizalom tekintetében is fejlődtünk, a márka ismertsége a három évvel ezelőtti 28 százalékról mára 67 százalékra nőtt, és szervizhátterünk sem hagy kívánnivalót maga mögött. A márka pozicionálást viszont a terveinkkel is szinkronba kell hozni. Elképzeléseink között szerepel, hogy a Grundig márkával is megjelenünk a magyar piacon. Semmiképpen sem szeretnénk, hogy a két márka bármiképp is kannibalizálja egymást. Hatékony multibranding-konceptió részeként kívánjuk a Grundigot bevezetni, ezért a Bekóval kapcsolatos változások nagyban függenek attól is, hogy a Grundig márkát illető terveink miként alakulnak.

Véleménye szerint melyek azok a márkaértékek vagy termékjellemzők, ami miatt a Bekót választják a vásárlók?

Nehéz erre a kérdésre egyértelmű választ adni, hiszen a vásárlói preferenciák eltérnek. Úgy gondolom azonban, hogy a sikereinkben komoly szerepet játszik az 5 év teljes körű gyártói garancia, amely a fogyasztók szemében a márka magabiztosságát tükrözi, és így a minőségre és a megbízhatóságra enged következtetni.

A Beko gyakorlatilag minden termékcsoportban jelen van készülékével. A hazai kínálat azonban valamivel szűkebb. Tervezik, hogy újabb termékkörökben is megjelenjenek a jövőben?

Ahogy említettem, a termékfejlesztés vonatkozásában is a hatékonyságra

törekszünk, és az eredményességet tartjuk szem előtt elsősorban. Nem szeretnénk indokolatlanul felduzzasztani a kínálatot, ami a forgalom és a költségek aránytalanságát okozhatja egyes modellek esetében. Ennek ellenére a szortiment bővülni fog, és a népszerűsége számot tartó modellek mellett keressük majd a piaci réseket is. De elképzeléseink között szerepel az is, hogy újabb területek is bekerüljenek a választékba. Így tervezzük például, hogy megjelenünk a piacon a Beko kiskészülékekkel is. Jelenleg egy logisztikai átalakulás zajlik a Beko európai központjaiban, ezért

„A magasabb kategória vásárlásánál megjelenő márkabizalom tekintetében is fejlődtünk, a márka ismertsége a három évvel ezelőtti 28 százalékról mára 67 százalékra nőtt, és szervizhátterünk sem hagy kívánnivalót maga mögött.”



Fehérvári Miklós

a terveinkkel meg kell várnunk, amíg ez a folyamat lezárul. Várhatóan a jövő év második felében azonban már elindulhatunk ezzel a szegmenssel is. Ezen a területen is egy átgondolt multibranding-stratégiával kívánunk majd megjelenni, amelynek a Beko és a Grundig mellett saját márkánk, a Hauser is része lesz, és így egy komplex, teljes vertikumot lefedő kínálatot tudunk majd kialakítani.

Az okosmegoldások egyre markánsabban vannak jelen a márkák fejlesztéseiben. A Beko is rendelkezik ilyen koncepcióval. Ezzel kapcsolatosan milyen elképzeléseik vannak?

Az egyértelműen látszik, hogy a fejlődésnek az okoskészülékek egy igen markáns irányát jelentik, és a jövőben ezek a modellek dominálják a piacot. Jelenleg azonban az ilyen jellegű megoldások főként a magasabb kategóriájú modellekben kapnak helyet. Valamint fontos szempont az is, hogy ebben a vonatkozásban nem egy-egy modellben, ha-

nem készülékcsaládokban érdemes gondolkodni. A Beko és a Grundig is rendelkezik ilyen koncepcióval, sőt utóbbi márka olyan megoldásokat is kínál, amelyek páratlanok, vagy igen ritkák ma még. Éppen ezért az okoskészülékek területén is szeretnénk úgy megjelenni, hogy a Beko és a Grundig választék markánsan elváljon.

Milyen újdonságok jelennek meg a Beko kínálatában az év hátralévő részében?

Piacra kerül egy új SBS modellünk, amelynek különlegessége, hogy a készülékben egy borhűtő is található. Ehhez a modellhez komoly reményeket fűzünk, részben mert a side by side szegmensben igen jó pozíciót tudhatunk magunkénak, részben pedig, mert ez a kivitel rendkívül ritka a hazai kínálatban. Újdonság lesz az inverteres motorral rendelkező, „A+++” energiaosztályú fekete mosogatógépünk, illetve egy No Frost fagyasztószekrényünk. A 60 centiméter széles mosogatógép-választék gyakorlatilag

teljes egészében lecserélődött, illetve a hűtőválasztékba is bekerültek a fejlettebb paraméterekkel bíró, új dizájnt kapott modellek, így ezekben a szegmensekben idén már nem lesz változás. Az idei IFA-n bemutatott fejlesztések is a jövő évben kerülnek be majd a magyar kínálatba. Az idei évben viszont szeretnénk még a karácsonyi szezon előtt megjelenni az egyedi dizájnnal rendelkező, három modellt tartalmazó „Barcelona-sorozattal”. Úgy gondolom, a Barcelona-szurkolók számára ezek a készülékek igazán remek ajándékként szolgálhatnak.

„...a sikereinkben komoly szerepet játszik az 5 év teljes körű gyártói garancia, amely a fogyasztók szemében a márka magabiztosságát tükrözi...”



Az elmúlt években igen komoly célokat fogalmaztak meg, és ezeket el is érték. Milyen elképzelésekkel vágnak neki a következő éveknek?

A tavalyi év eredményei után az idei évvel kapcsolatos várakozások számomra nem tűntek a legegyszerűbb feladatnak. Most, hogy látom, nem elérhetetlen célt tűztünk magunk elé, sokkal optimistább vagyok, és 2018-tól is fejlődést várok. A piacot 10-15 százalékkal meghaladó növekedés reális elképzelés lehet. A gazdasági körülmények egy újabb háztartásigép-csereprogram kedvezhetnek a piacnak, mi pedig jó irányban haladunk, és noha egyre nehezebb ilyen arányú fejlődést megvalósítani, az említett mérték meglátásom szerint még benne van a Beko márkában a hazai piacon.

CARACALLA DESIGN DAYS 2017

Idén immáron ötödik alkalommal került megrendezésre a Caracalla Design Days. A háromnapos rendezvényre, amelynek ezúttal az Iparművészeti Múzeum adott otthont, lapunk is ellátogatott.

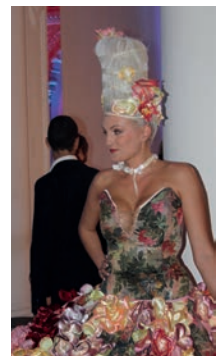
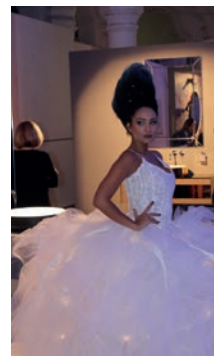
Az eddigi évek sikerein felbuzdulva az idei évben új helyszínen, nagyobb alapterületen került megrendezésre a három napos rendezvény, amely lehetőséget adott a hazai belsőépítészek, lakberendezők, a szakmai sajtó és a nagyközönség számára, hogy megismerhessék a vezető lakberendezési márkák legizgalmasabb újdonságait, innovációit. Az egyedülálló vizuális élményt nyújtó, Bogár Róbert belsőépítész nevéhez kötődő, évről évre más stílusú, meglepetésteremtő enteriőr kiállítás egyik védjegyévé vált. A kiállításához kapcsolódó szakmai program idén ismét két napos volt, a rendezvény pedig 2017-ben csatlakozott a Design Hét Budapest rendezvénysorozathoz is, amelynek idei díszvendége országa Dánia volt. A két nap alatt összesen 18 hazai és nemzetközi előadást hallgathattak meg az érdeklődők a lakberendezés és az építészet számos izgalmas területét érintve. A kiállítás azonban a háztartási gép szakma



prémium szegmensének számára is jelentőséggel bírt. A lakberendezők, belső építészek ugyanis fontos szerepet játszanak a csúcs kategóriás készülékek iránti kereslet élénkítésében. Azok a vásárlók, akik ilyen szakemberek segítségét kérik, minden bizonnyal a háztartási eszközök vonatkozásában is mértékadónak tekintik a szakértők véleményét. Ebből pedig az következik, hogy a prémium márkák számára igencsak előnyös lehet, ha az enteriőr kialakításával megbízott profik ismerik a kínálatukat. Egyik oldalról dizájn tekintetében jöhet jól a választék ismerete, hiszen ha egy lakberendező tudja, hogy adott márkánál milyen dizájn vonalak, színek érhe-



tők el, akkor tudja, hogy milyen konyhához milyen terméket ajánljon. De akár már a tervezés során is figyelembe tudja venni ezt és így még nagyobb összhangot, harmóniát képes megálmodni. Másrészt pedig az sem árt, ha a tervező a készülék fajtákat illetően is rendelkezik információkkal. A 60x60-as sütők és főzőlapoknál manapság már sokkal szélesebb a kínálat mind méretben, mind készülék típusokban. Gőzpároló, beépíthető kávéfőző, borhűtő, hogy csak a legfontosabbakat említsük. Ha ezek a modellek nincsenek a tervezők fejében, mint lehetőségek, akkor bizonyára a tervezés során sem számolnak velük. Valószínűleg ilyen megfontolásokból vett részt a kiállításon a Miele és a NEFF



is és mutatta meg rendezvényen választékának kiemelkedő darabjait a prémium szegmens egyik legjelentősebb célcsoportja számára.

ORSZÁG BOLTJA 2017

Az Árkereső.hu 2011 óta minden évben megrendezi az Ország Boltja versenyt, amelyen hazánk webáruházai mérkőzhetnek meg egymással. A verseny történelmében az idei év volt az első, amikor a résztvevők száma meghaladta az ezret, egész pontosan 1084-en szálltak versenybe a kategória díjakért és az Ország Boltja fődíjért.



A webáruházak megmérettetése, mint minden évben, idén is látványos, a 20-as évek hangulatát idéző díjátadó gálával zárult, amelyen kihirdették a 2017-es Ország Boltja verseny díjazottjait is. A főszervező az Árkereső.hu mindig is fontosnak tartotta bemutatni, hogy mely webshopok nyújtanak kiemelkedő szolgáltatást a fogyasztók számára és melyek a legnépszerűbbek. Ennek szellemében született meg az Ország Boltja verseny. Az idei évben a jelentkezők két új kategóriában is indulhattak: Mobilkommunikáció és Webpláza, így ezúttal összesen 37 díj került kiosztásra: 19 népszerűségi díj, 17 minőségi díj, valamint a legjobb webáruháznak járó Ország Boltja fődíj.

Buli sztárokkal

A megmérettetés tavalyi évekhez hasonlóan idén is nagyszabású ünnepséggel zárult, amelyre a szakma és a közélet ismert szereplői, hírességei meghívást kaptak. A gálán a résztvevőket az 1920-as évek izgalmas, vad és dekadens világát megidéző hangulat fogadta. A díjátadó helyszínén idén a Várkert Bazár szolgált, a műsorvezető pedig Harsányi Levente volt. Az Ország Boltja gálaest színvonalát színesen összeállított műsor emelte. Elsőként Csobot Adél lépett a színpadra, hogy elénekeljen egy a témához illő swinget, a Back it up-ot. A nyitóprodukció látványáért rúdtáncosnők

és táncos fiúk feleltek. Ezt követte egy Lindy hop táncprodukció, a műsort pedig az Orfeum revüje zárta. A kategória díjak egy részét az online piacon meghatározó szerepet betöltő cégek képviselői adták át, más részét pedig olyan közszereplők, akik az egyes kategóriák tematikájához köthetők. Így került a választás többek között Zsidró Tamásra, aki a Divat és ruházat kategória nyertesének nyújtotta át a díjat. Czollner Gyula az Autó-motor, Szekeres Nóra a Baba-mama, Buday Péter pedig az Élelmiszer kategória első helyezettjének díját adta át. Béres Alexandra a Sport és fitness, míg Görög Zita a Szépségápolás és egészség kategória díjátadói voltak.



A győztes

Idén az Ország Boltja megtisztelő címet a Játéknet Webáruház nyerte el, mely 2005-ben indult családi vállalkozásként, mára pedig az ország egyik legnagyobb játék webáruházává nőtte ki magát. A Játéknet Webáruház az első, akinek sikerült dupláznia a verseny történelmében, hiszen már 2014-ben is elnyerte Az Ország Boltja címet.

Középpontban a frissesség

- Side-by-Side-kombináció öt hőmérsékleti zónával
- A BioFresh-rekeszekben az élelmiszerek lényegesen hosszabb ideig megőrzik értékes vitamin- és ásványianyag-tartalmukat, finom illatukat és ízletes külalakjukat, mint a hagyományos hűtőrészben
- Beépített bortemperáló rész két, egymástól függetlenül szabályozható hőmérsékleti zónával (A zónák hőmérséklete +5 °C és +20 °C között szabályozható)
- Professzionális fagyasztás, leolvasztás nélkül, hála a Liebherr NoFrost-technológiájának!
- Automata IceMaker jégkockakészítő

Kérdéseikkel forduljanak hozzánk bizalommal!
A Liebherr magyarországi forgalmazója a Kávé & Hűtő Profi Kft. (liebherr@khprofi.hu)

Bővebb információkért keressen fel minket kiállítótermünkben. Címünk: 1118 Budapest, Budaörsi út 46.

KH KÁVÉ & HŰTŐ Profi Kft.
Jura | Liebherr | Cremesso | Dyson



wine.liebherr.com



socialmedia.home.liebherr.com

LIEBHERR

Minőség, Dizájn és Innováció

FÓKUSZBAN A ROWENTA

A Groupe SEB márkáival a háztartási kisgépek és a konyhai eszközök meghatározó gyártói közé tartozik. A Rowenta, Tefal és Krups brandjei idehaza is jól ismertek és népszerűek. Az elmúlt években azonban a vállalatra itthon nem volt jellemző a direkt kommunikáció a sajtóval, a közelmúltban viszont a cég sajtótájékoztatót tartott, amelyre lapunk is meghívást kapott.



Az elegáns környezetben megrendezett esemény meglepő módon nem a termékeket, illetve a márkát, céget bemutató előadással, hanem a Strokes együttes műsorával vette kezdetét. Az öttagú formáció azzal szerzett nevet magának, hogy szinte minden tárgyból képes hangot előcsalni, és ezzel zenét létrehozni. Feladatuk ezúttal az volt, hogy megmutassák, eredeti céljukon túl mire használhatók még a Groupe SEB termékei. Ritmus szekció lévén az nem okozott különösebb meglepetést, hogy az edényeket dobként használták, de amikor a habverőt és porszívót is sikerült úgy megszólaltatniuk, mint egy szólamot, akkor azért elkerekedett az ember szeme. Ennek ellenére a cég termékei azért nem hangszer, és hogy valójában mire valók és miért jók, az már csak a cég munkatársainak prezentációjából derült ki. Ezt megelőzően azonban a cég hazai ügyvezetője, Raskó Enikő nyújtott egy rövid áttekintést a Groupe SEB-csoportról. Ebből kiderült, hogy a csoport több mint 20 jól ismert márkával rendelkezik, amelyek számos termékcsaládban jelen vannak. Termékeiket több mint 150 országban forgalmazzák és számos országban piacvezető pozíciókat birtokolnak. Története során speciális innovációk egész sora köthető a céghez, de a növekedésben a fejlesztések és a hatékonyan lokalizált multibranding



stratégia mellett fontos szerepet játszottak az akvizíciók is, mint amilyen legutóbb a WMF márka megszerzése is volt. A szakember a márkaértékeket illetően pedig kiemelte a 10 év javíthatósági garanciát, vagyis azt a gyártási, alkatrészellátási koncepciót, amely minden termék esetében legalább tíz évig biztosítja, hogy a termékek javíthatók legyenek. Valamint azt a fejlesztési stratégiát, amelynek eredményeként a cég minden szegmensben apró, ötletes, praktikus megoldásokkal is előrukkol, és amelyek ezáltal megkülönböztetik magukat a piacon, vagy, ahogy ő fogalmazott: „fűszert adnak a márka termékeinek”. A közeljövő terveit illetően az ügyvezető elmondta, hogy a Rowenta márka további népszerűsítésére fókuszálnak majd itthon, illetve a gőzállomások és porszívók szegmensére fordítanak fokozottabb figyelmet. Ennek megfelelően a rendezvény további részében is ezek a területek kaptak hangsúlyt. Így a jelenlévők szemtanúi, sőt aktív részesei is lehettek a gőzállomás és a vasaló versenyének, amelyből előbbi került ki győztesen, gyorsaság és hatékonyság tekintetében. De a résztvevők próbára teheték magukat a takarításban is, és első kézből származó tapasztalatokat szerezhettek arról a „4A” minősítéssel rendelkező, rendkívül csendes Rowenta modellről, amely a fej cseréje nélkül is képes kemény padlón és szőnyegen egyaránt eleget tenni az „A” osztályba sorolás követelményeinek. Sőt egy kis konyhai eszköztesztesztelésre is volt lehetőség, amiből kiderült, hogyan lehet egy turmixban levest készíteni a mechanikai hőfejlesztés révén, amely még egy automata tisztító funkciót is elérhetővé tesz a készülékben.

MÁTÓL VISELJE NYUGODTAN KEDVENC RUHADARABJAIT ANÉLKÜL, HOGY AGGÓDNA A FOLTOK MIATT!

A Direct Injection és Digital Motion technológiák kombinációjaként még a makacs foltok eltávolítása is lehetséges, miközben gyengéden bánt ruháival.



Hotpoint



A tökéletesen tiszta ruhanemű frissessége egy könnyen betölthető, ultra-csendes mosógéppel!



Hosszantartó frissesség

A FreshCare™ technológia a ruhaneműket frissen tartja a mosási ciklus befejezése utáni enyhe dobmozgatással. Az időnkénti mozgatás csökkenti a ruhák ráncolódását és a kellemetlen szagokat okozó baktériumok elszaporodását.



A legcsendesebb motor a piacon²

A ZENTechnológiának™ köszönhetően a ruhákról való gondoskodás soha nem volt még ilyen csendes. A mosás és centrifugálás rendkívül halk, így akár éjszaka is használhatja készülékét. Hosszantartó teljesítmény, 20 év garancia a motorra.



Hatékony tisztítás 15°-on ugyanúgy, mint 40 °C-on¹

A speciális dobmozgásnak köszönhetően az anyagok egyenletesen helyezkednek el a dobban így tökéletes mosási eredmény érhető el, még a legalacsonyabb hőmérsékleten is. Így Ön ruháinak színét, anyagának minőségét a lehető legjobban megőrizheti.

² Az egyedi ZEN Technológiának köszönhetően a legcsendesebb felültöltős mosógép a piacon. A sztenderd felültöltős mosógépeknel a versenytársak által bejelntett zajszinttel összehasonlítva (40 cm széles) legfeljesebb 1200 ford./perc fordulatszám esetén (2014 április)

¹ Összehasonlítás a 40°C-os vegyes program és a Colour15° program között.



A Da Vinci-kód

A mosógép első tervrajza a polihisztor-zseni, Leonardo da Vinci tollából származik. Ehhez képest az első, mechanikus mosógép kifejlesztésére még jó sokat kellett várni. Angliában született meg a 17. században. Egy bizonyos Tyzacke nevű feltaláló nevéhez köthető.

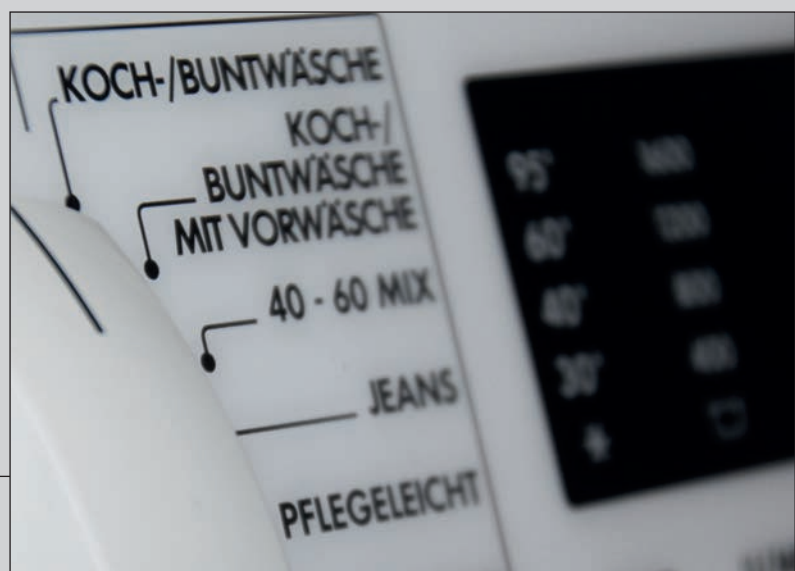
Az, hogy előltöltős mosógépből hatványozottan több található a piacon, rávilágít egy igen érdekes vásárlási attitűdre: a legtöbb háztartási gép vásárlása esetén nem a használhatóság, hanem a külső a döntő. Egyszerűen azt vesszük meg, ami jobban tetszik, az előltöltős mosógépek pedig jobban néznek ki. Kérdés, ha piacra dobnának egy átlátszó tetejű készüléket, az mennyire hódítaná meg a vásárlók szívét, ugyanakkor az is tény, hogy a formatervezés – lásd nagy méretű digitális kijelzők – jobban hódítanak az előltöltős készülékek esetében. Az, hogy tudásban van-e különbség, érdekes kérdés. Mivel az előbbi piac jobban szegmentált, így a felső vagy a prémium kategóriában is nagyobb a választék, ami nem nélkülözi az extra funkciókat, ugyanakkor, ha a középkategóriát nézzük, akkor a tudás tekintetében megegyezik a két kategória.

A forma ereje

AZ ELMÚLT ÉVEKBEN MINTHA ZSUGORODOTT VOLNA A FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK ARÁNYA AZ ELŐLTÖLTŐS KÉSZÜLÉKEKHEZ KÉPEST. EGYRÉSZE ELTŰNTEK OLYAN NAGY SZEREPLŐK, MINT A FAGOR, ÉS NEM ÉRKEZETT HELYÉRE KOMOLY BRAND, MÁSRÉSZE A NAGYOBB GYÁRTÓK KÖZÜL EGYRE KEVESEBBEKNEK VAN SZÉLES KÍNÁLATA A KATEGÓRIÁBAN.

Guggol vagy hajol

Mivel a magyar családok jelentős része kisebb lakásban él, mint szeretne, így nincsen hely a külön helyiségben történő mosásra, mint például az amerikai piacon. A panel- vagy a társasházak jó részében pedig a fürdőszoba sem túl tágas, így a kisebb, felültöltős mosógép tűnne a jobb választásnak. Sokan a felülről való be- és kipakolást róják fel mint kényelmetlen tényezőt, de ez nagyon szubjektív dolog, valószínűleg többen abban értenének egyet, hogy leguggolni a macerásabb. Töltőszúly tekintetében pedig egy felültöltős mosógép is maximálisan ki tudja már elégteleníteni egy átlagos magyar család mosási igényeit. A dob felfüggesztése szempontjából vannak különbségek, de egyrészt nem csak mosógépszerelők vesznek mosógépet, másrészt a 10 vagy éppen 20 éves garanciaidő pont elég meggyőző egy vásárló perspektívájából.



AEG L74272TLE

Az AEG intelligens OptiSense rendszere automatikusan a ruhatöltet súlyához igazítja a mosási időt, így vizet és energiát spórol meg, sőt a túlmosás veszélye is kiküszöbölődik. Az A+++ energiabesorolással rendelkező készülék 3 kilogramm ruhát már 20 perc alatt képes tisztára mosni, teljes töltet esetén pedig 7 kilogramm ruhával birkózik meg. Számos programja között megtalálható a függöny, a farmer és a vasaláskönnyítés is.



Bosch WOT24457BY

Az „A+++” energiasztályú mosógép AllergyPlus programmal is rendelkezik, amely kifejezetten allergiások számára kínál megoldást, de extra programjai között olyanok is elérhetőek, mint a 15 perces gyorsmosás lehetősége. A családoknak is megfelelő, 7 kilogramm kapacitású modell újratöltés funkciót is kapott, ami annyit tesz, hogy akkor is után lehet tölteni a dobát, ha már tart a mosási ciklus.



Candy CVFT G384TM

Az „A+++ -10%” energiasztályú mosógép minden tekintetben felveszi a versenyt a legmodernebb technológiákkal, ennek jegyében wifi- és NFC-kapcsolattal is rendelkezik, vagyis távolról is irányítható a működése. Akiket szorít az idő, biztosan örülni fognak neki, hogy a legrövidebb programja 14 perc alatt végez a ruhákkal. Nyolc kilogrammos kapacitásával a nagycsaládoknak is ideális választás.



Candy CVST G372D

Az „A+++” energiasztályú mosógép vezérlését az LCD-kijelző segíti, ami esztétikai szempontból is remek választás volt. A hét kilogramm kapacitásával kisebb és nagyobb családoknak is ideális, de még az időhiányra is megoldást tud kínálni a legrövidebb, 14 perces programjával. Az összesen 15 darabos programválaszték minden szennyezettségi típus és ruhafajta számára hatékony megoldást tud kínálni. A kényelemtől a késleltetett indítás (1–24 óra) gondoskodik.



ABS

Elektronikusan ellenőrzi a ruhák egyenletes elosztását a dob belsejében, ezzel nagymértékben csökkenti a rázkódást és csendesebb működést biztosít.

Allergia program

Kifejezetten kíméletes mosást tesz lehetővé az érzékeny bőrű felhasználók számára. Több víz felhasználásával tökéletesen kiöblíti a ruhákat.



Electrolux EWT1266EVW

Az Electrolux 6 kilogramm mosási kapacitású mosógépe mind a folyékony, mind a száraz mosóport tökéletesen, pont a megfelelő időben adagolja a még hatékonyabb mosás érdekében. A kényelem jegyében a mosási idő szabadon programozható, legyen szó selyem-, függöny- vagy paplanmosásról. Az „A+++ -10%” energiasztályú készülék lágyan nyíló ajtajának köszönhetően mindig biztonságosan lehet kivenni és betenni a ruhákat a dobba.



Indesit ITW D 61053 W

Az Indesit „A+++” energiasztályú mosógépe vasaláskönyvitő opcióval rendelkezik, amelynek a használatával a ruhák nem fognak összegyűrődni, és száradás után szinte mehetnek is a szekrénybe. A 6 kilogramm kapacitású készülék programjai között elérhető a selyem, a függöny, de a mosási időt lerövidítő expressz is. Mivel működési zajszintje 59 dB, így akár késő este is indítható a program, nem fog zavarni senkit sem.



Electrolux EWT1376HGW

Az „A+++ -10%” energiasztályú mosógép különösen jó szolgálatot tehet, ha a régi ruhákat akarjuk felfrissíteni. A gőz program segítségével a ruhák friss illatúak és gyűrődésmentesek lesznek, még akkor is, ha hosszú ideig porosodtak a szekrény alján. A TimeManager funkciónak köszönhetően az idővel sem kell alkut kötni, mert a program pontosan akkor fog kikapcsolni, amikor mi szeretnénk. A 7 kilogramm kapacitású modell Woolmark Blue minősítéssel is rendelkezik.



Miele W 695 F WPM

A Miele különleges formatervezésű mosógépének a dobja méhsejtszerű kialakításával a kényes textíliákat is tökéletesen óvja. Az „A+++” energiasztályú készülék számos programja között elérhető a 20 perces expressz vagy a kifejezetten műszálas ruháknak fejlesztett program is. Mivel késleltetett indításra is van lehetőség, így ki lehet kalkulálni, hogy mikor járjon le a program, ami elsősorban az elfoglalt családoknak nyújt segítséget. Maximális mosási kapacitása 6 kilogramm.

Inverter motor

A szénkefe nélküli inverter technológián alapuló megoldás csökkenti a remegést és a kopást, viszont maximális hatékonyságot kínál, minimális zajjal.

OptiSense technológia

A rendszer automatikusan az aktuális töltethez igazítja a ciklus hosszát, ezzel időt, energiát és vizet spórolva meg.



Beko szárítógépek - okos megoldások

A Beko szárítógépeiben számos fejlett technológia növeli a készülékek hatékonyságát és gondoskodik a felhasználók kényelméről. A színek tartósságát biztosító EcoGentle™, és az optimális szárítási időt biztosító OptiSense® mellett a ruhák épségéért felelős AquaWave® Technology és a vasalást is megkönnyítő SteamTherapy™ is praktikus és hasznos megoldás. De kézzelfogható előnyöket nyújt a rendkívül gyors szárítást lehetővé tevő RapiDry™ és az alacsony zajszintet és tartósságot garantáló ProSmart™ Inverter Motor is.

Beko RapiDry™

A RapiDry™ egy hibrid típusú szárítógépet jelöl, amely egyesíti a hagyományos és a hőszivattyús technológiát. Ez a megoldás rendkívül gyors szárítást tesz lehetővé, a készülék 8 Kg ruhát akár 24 százalékkal gyorsabban képes megszáritani a standard programnál. Ugyanakkor biztosítja a felhasználó számára, hogy aktuális igénye szerint választhasson a gyors szárítás és az energiahatékony üzemmód közül.



1. Kondenzációs technológia
2. Hőszivattyús technológia

SteamTherapy®

A Beko szárítógépekben található funkcióval a ruhák könnyen és gyorsan felfrissíthetők. A SteamTherapy® opcióval rendelkező készüléknek mindössze 21 percre van szüksége, hogy a kellemetlen szagok 80 százalékától megszabadítsa a ruhákat. De akár a vasalást is meg lehet könnyíteni ezzel a megoldással. A gőzt alkalmazó technológia ugyanis csökkenti a gyűrődéseket, ezzel akár 30 százalékkal lerövidíti a vasalásra fordított időt.



Beko DPY 8405 GXB2 szárítógép

**Kondenzációs,
hőszivattyús technológia**

A++ energiasztály
Ruhakapacitás: 8 kg
Nagy LCD kijelző
Programok száma: 16
Időprogram
Késleltetés
Nagy ezüst ajtó
Gyűrődésgátló funkció
Ciklus végét jelző hang
Gyermekezár
Zajszint: 65 dB(A)
Méret: 85X60X61 cm

ProSmart™ Inverteres Motor

A Beko ProSmart™ inverteres Motor technológia nagyobb hatékonyságot és megbízhatóságot biztosít úgy, hogy közben a készülék kevesebb energiát is fogyaszt. A súrlódás mentes motor pedig még hosszabb élettartamot is garantál, valamint halkabb működést, alacsonyabb zajszintet tesz lehetővé.



beko



Whirlpool TDLR 65231

A kiváló, „A+++ –20%” százalékos energiaosztályú mosogatógép 6. Érzék szenzorfunkciójával gondoskodik a tökéletes mosási eredményről minimális energiafelhasználás mellett. A 6,5 kg (pamut) mosási kapacitású készülék számos programja között megtalálható a 30 perces gyorsprogram is, így a kevésbé szennyezett ruhákkal nagyon gyorsan lehet végezni. A ZEN technológiának köszönhetően szinte hangtalanul lehet mosni vele.



Whirlpool TDLR 60230

A késleltetett programkezdés (1–23 óra) és a ZEN technológia maximális rugalmasságot és kényelmet biztosít a mindennapi mosás során. Az energiatakarékos működésről és a tökéletes végeredményről pedig a 6. Érzék szenzorfunkció gondoskodik. Az „A+++ –10%”-os energiaosztályú készülék számos programja között olyan kedvezmények érhetőek el, mint a gyorsmosás, az Eco-pamut vagy az AquaEco 19 literes víztakarékos program.



Whirlpool TDLR 70230

Magasra teszi a léceket a Whirlpool az „A+++” energiaosztályú mosogatógépével: a szemet gyönyörködtető formavilág mögött 6. Érzék szenzorfunkció és ZEN technológia húzódik meg. Fontosabb programjai között megtalálható a 30 perces gyorsprogram, és az AquaEco 19 literes víztakarékos program is. A 7 kilogrammos mosási kapacitásával a kisebb és nagyobb családok számára is ideális.



Zanussi ZWQ61225WA

Fuzzy Logic technológiával rendelkezik a Zanussi mosogatógépe, amely érzékeli és figyelembe veszi a töltet nagyságát, hogy ezután ehhez képest végezze el a legideálisabb beállításokat. Az „A+++” energiaosztályú modell a rohanó hétköznapiakra lett fejlesztve, a 30 perces gyorsprogramja mellett ugyanis egy 20 perces frissítőprogrammal is rendelkezik. Maximális töltőszáma 6 kilogramm, így az átlagos családok számára lehet tökéletes választás.

Eco opció

Az Eco opciónál a mosási hőmérséklet alacsonyabb, mint a kiválasztott hőmérséklet. Kíméletes mosást tesz lehetővé.

Night wash

Különösen halk mosóprogram éjszakai mosáshoz, pamut, vászon, műszál vagy kevert szál szövettextíliákhoz alkalmas.

Whirlpool

SENSING THE DIFFERENCE

Fedezze fel a Whirlpool felültöltős mosógépeit
ZEN Technológiával.

www.whirlpool.hu





59 PERC ALATT

zoom

TAKARÍTSON MEG IDŐT

A Zoom-nak köszönhetően Bianca képes minden szövettípust, minden mosóprogramon kevesebb, mint egy óra alatt kimosni - lenyűgöző eredménnyel.

A Zoom használata során az exkluzív Mix Power Jet+ System a mosószert közvetlenül a ruházatra juttatja, a Boost fűtési rendszerrel és a CPU gyorsítóval, együtt pedig rövid idő alatt garantálja a leghatékonyabb mosást.

EGYSZERŰ KEZELÉS

INTUITÍVABB, MINT VALAHA

Felejtse el a gombokat! A Bianca érintő tekerőgombjával gyorsan és egyszerűen érheti el a mosási programokat és opciókat, magyar nyelven, ráadásul gyerekjáték a kezelése!

MINDEN EGY ÉRINTÉSNYIRE

Az intelligens Smart Ring kezelőfelületen a leggyakrabban használt 8 mosási programot és további 4 hasznos opciót érheti el, így összességében több mint 700 beállítási kombináció jön létre.

ERGONÓMIKUS HASZNÁLAT

A Smart Ring speciális, 11°-os dőlésszögének köszönhetően a mosóprogramokat lehajolás nélkül is be tudja állítani.

SMART RING



TALKINGBIANCA

BESZÉLGESSEN AZ OKOS MOSÓGÉPÉVEL

TALKINGBIANCA

HANGVEZÉRLÉS

A Simply-Fi applikáción* keresztül Ön hanggal is vezérelheti mosógépét. Kérje meg Biancát, hogy indítson el egy mosóprogramot, vagy kérjen személyre szabott mosási tippeket, tanácsokat.

INTELLIGENS INTERAKCIÓ

Az Ön és Bianca közötti párbeszéd ennél több is lehet: Bianca speciális algoritmusai lehetővé teszik, hogy valódi párbeszédet folytasson vele okostelefonján keresztül. Az új mosógépe megérti az Ön igényeit és napról napra tanul és fejlődik, így helyesen tudja megválaszolni kérdéseit.

MINDIG ELÉRHETŐ

simply | Fi®

KOMMUNIKÁLJON BIANCÁVAL, BÁRHOL IS LECYEN

A párbeszéd csak egy a sok lehetőség közül, amelyet a Simply-Fi applikáció* nyújt. Az exkluzív okostelefonról vagy tabletről elérhető rendszer még jobbá és különlegesebbé teszi a felhasználói élményt.

KORLÁTLAN LEHETŐSÉGEK

A Simply-Fi applikáción keresztül sok hasznos funkció érhető el:

TÁVVEZÉRLÉS

EXTRA PROGRAMOK

KÉSZÜLÉK ELLENŐRZÉS

CSÖKKENTETT ENERGIAFOGYASZTÁS

AUTOMATIKUS KARBANTARTÁS



*Az applikáció jelenleg magyar nyelven nem elérhető.

CANDY

Bianca

INNOVATÍV MEGOLDÁS A MOSÁSBAN



Az új Candy Bianca a **legokosabb** és **legegyszerűbben használható** készülék, amely valaha készült. **Innovatív technológiák** teljes sorát kínálja: a **Zoom** funkciónak köszönhetően minden programon tökéletes mosást eredményez, 59 perc alatt. A **Smart Ring** érintő tekerőgombbal gyerekjáték a kezelése. A **Simply-Fi** applikáción keresztül hanggal is vezérelhető a készülék. A **Talking Bianca** funkcióval pedig valódi párbeszédet folytathat az intelligens mosógéppel.

A Candy Biancába csak beleszeretni lehet. Egyszerűbb, mint hinné.

www.candy.hu

KÁVÉ EXTRÁVAL



A De'Longhi tavaly év végén egy igen komoly marketingkampánnyal vágott neki a karácsonyi szezonnak. Kíváncsiak voltunk, milyen eredménnyel járt a dolog, illetve hogy mit terveznek az idei évre. Szabados Bencével, a márka termékmenedzserével beszélgettünk a részletekről és arról a merőben új marketingkonceptióról, amelyre eddig nemcsak nálunk nem volt példa, de a nagyvilágban sem.

A De'Longhi hazai képviseletének legnagyobb kommunikációs és marketingkampányára került sor a tavalyi év végén. Hogyan sikerült a kampány, mennyire váltotta be a hozzáfűzött reményeket?

A tavalyi kampány rendkívül jól sikerült minden tekintetben. A márkaismertség és az értékesítés vonatkozásában is várakozásainkon felül teljesített az akció. Sőt nemcsak a mi elképzeléseinket múlta felül a dolog, de partnereinkét is, aminek eredményeként az év végére gyakorlatilag elfogytak a készleteink az üzletekből. Így azt gondolom, hogy talán még a mért eredményeknél is hatékonyabban sikerült a kampány, hiszen pontosan nem látjuk, mekkora potenciált aknázhattunk volna még ki.

Idén is terveznek valami hasonlót?

Természetesen igen, sőt idén még nagyobb szabású terveink vannak, annak érdekében, hogy partnereink még a tavalyinál is nagyobb sikereket érthessenek el a De'Longhi márka termékeivel. Az idei kampány alapvetően a 2016-os aktivitás elemeire épül, de néhány tekintetben azért mó-

dosítottunk rajta. Ilyen például az időzítés, idén már november elején elindítjuk az akciót, így hosszabb is lesz, mint az előző évben. A mixben nagyobb hangsúlyt kap a televízió, és ezzel párhuzamosan a videotartalmak is. Utóbbiak a YouTube mellett a tv-csatornák online platformjain is megjelennek majd. Ennek köszönhetően a lakosság 90 százaléka legalább egyszer találkozik majd hirdetéseinkkel, de 70 százalék felett lesz azoknak is az aránya, akik minimum három alkalommal látják reklámjainkat. Ezenkívül további eszközöket is igénybe veszünk a kampány során, így displayeken, áruházi promóciókban, illetve budapesti gigaboardon is feltűnik majd a De'Longhi.

A tavalyi kampány a zászlóshajó modelljükre épült. Idén melyik készülékkel találkozhatunk a hirdetéseikben?

A kommunikáció középpontjába most is a márka csúcsmo-
delljét állítjuk, ami ezúttal az applikáción keresztül is vezérelhető, különböző hőmérsékletű teák, valamint forró csoki, sőt még jegeskávé készítésére is alkalmas Prima Donna Elit Experience lesz. A készülék a csúcstechnoló-

giát, magas minőséget, széles funkcionalitást és kimagasló kávézásélményt egyben testesíti meg, ami nyilván márkaépítés szempontjából bír különösen fontos jelentőséggel.

Elsősorban a márkaépítésre fókuszálnak idén?

Nem, az idei kampánnyal az értékesítéstámogatásra is nagyobb hangsúlyt kívánunk fektetni, hogy még hatékonyabban segítsük partnereinket a tavalyi eredményeik túlszárnyalásában. Ezért idén is kiegészül a kampány egy kuponakcióval, amely az erre a célra létrehozott microsite-on keresztül lesz majd elérhető. Az oldalon található játék nyerevénye pedig a vásárlás során felhasználható kupon lesz. Az utalvány az akcióban részt vevő partnereinknél váltható majd be, ehhez a rendszerhez pedig bárki csatlakozhat, aki a készülékeinket forgalmazza. Az értékesítéstámogatás fokozásának keretein belül a középső árszegmens modellválasztékának bővítését is fontolgatjuk az idén. Ezzel pedig még mindig nem teljes az idei aktivitásaink listája. Ugyan nem az év végi kampány részeként, de azzal közel párhuzamosan elindítunk egy teljesen új koncepciót is, amire nemcsak idehaza, de a világban máshol sem volt eddig példa. Ez alapvetően más irányból közelít a kávézáshoz, de a bevezetés időzítését tekintve nyilván a kampány határfokát is növeli.

Mi ez a koncepció, illetve mitől különleges?

A De'Longhi kommunikációjában és sikereiben mindig is fontos szerepet játszott a kávézás élménye, az új koncepcióban ezt gondoltuk tovább, nem titkoltan azzal a céllal, hogy a kávé és a De'Longhi még elválaszthatatlanabban forrjon össze a vásárlók fejében. Ezért arra vállalkozunk most, hogy az embereket kávétermesztésre buzdítjuk. Az októbertől karácsonyig terjedő időszak folyamán százezer kávémagot húzunk be különféle magazinokba. Szeretném hangsúlyozni, hogy nem kávébabról van szó, hanem kávémagról, amiből kávécseserjét lehet nevelni. Természetesen a maggal nem hagyjuk magukra a vásárlókat, kommunikációs anyagainkban segítséget nyújtunk a kávécseserje neveléséhez, valamint létrehozunk egy weboldalt is, ahol részletesen, lépésről lépésre elmagyarázzuk a teendőket. Ugyanakkor az oldallal biztosítunk egy platformot is az első kávétermesztő közösség számára. Ösztönzés gyanánt pedig egy játékot szervezünk ide, aminek fődíja egy ötszázezer forint értékű De'Longhi-vásárlási utalvány lesz.

A vásárlók vagy a kereskedelmi partnerek is érintettek lehetnek benne?

A kezdeményezéssel szeretnénk partnereink számára is előnyöket biztosítani, ezért speciális displayeket terveztünk, amelyeken

az ingyenesen elvihető kávémagok mellett kávékatalógusok is elhelyezhetők. Azok az üzletek, ahol a displayt kihelyezik, felkerülnek a kávétermesztő weboldalunk térképére is, amely a kávémag elérhetőségéről tájékoztat. Bármely kereskedő csatlakozhat a kezdeményezéshez, ehhez mindössze arra van szükség, hogy jelezze ezt számunkra az info.hu@delonghigroup.com e-mail-címen. Úgy vélem, a koncepció egy olyan eszköz lehet, ami megfogja a vásárló kezét, és beviszi a boltba. Ezért ezt a lehetőséget minden jelentkező kereskedő számára elérhetővé tesszük, és biztosítjuk a szükséges installációt, amit az igénylést követően három héten belül rendelkezésre is bocsátunk.

A kezdeményezés a kampány végéig, vagyis karácsonyig tart?

Nem, a kommunikációs kampány befejeztével nem zárul le a kezdeményezés, a kávémagok folyamatosan elérhetőek lesznek a későbbiekben is, sőt hosszabb távú terveinkben is szerepet szánunk a koncepciónak, és a jövőben is tervezzük majd olyan aktivitásokat, amelyek ehhez kapcsolódnak. Így akár többéves távlatban is lehetőség rejlik ebben az elképzelésben.



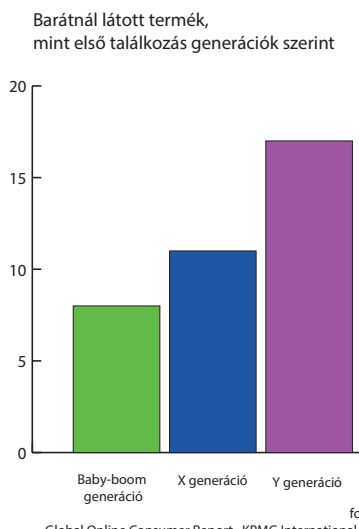
Szabados Bence

Vásárlás online

Az online fogyasztás háttere 2.

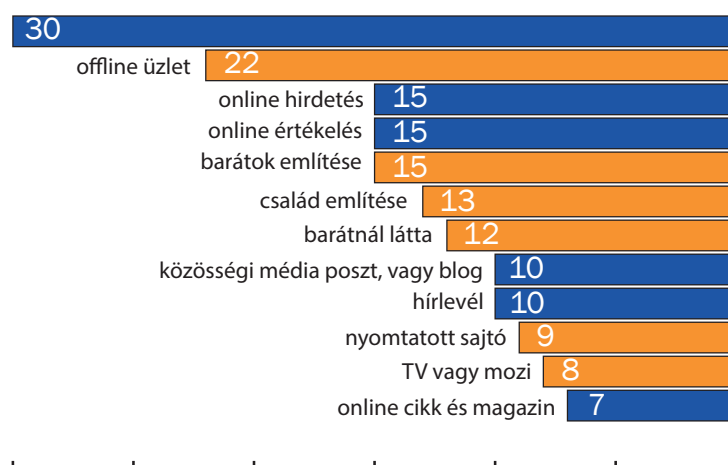
Előző számunkban a KPMG International 2017-ben nyilvánosságra hozott, online vásárlási szokásokat kutató, 18 430 fogyasztó bevonásával, több mint 50 országban zajlott Global Online Consumer Report eredményei közül az általános jellemzőkkel foglalkoztunk. Cikksorozatunk aktuális darabjában pedig a vásárláshoz vezető út első fázisának összefüggéseit mutatjuk be.

A vásárláshoz vezető út koncepciója már évtizedek óta létezik, amely a digitális eszközök, az internet és az online vásárlás megjelenése és térhódítása révén jelentősen fejlődött az elmúlt években. Az elmélet által definiált alapvető állomások azonban ennek ellenére sem változtak. Jelenleg is négy fázisra osztható a folyamat, amelyek az igény felmerülése, a megfontolás, a döntés és az értékelés. Maga az út, amit a fogyasztó bejár ezeken az állomásokon, viszont átalakult. Korábban tradicionálisan lineáris pályaként értelmezték a szakaszokat, amelyen a vásárló sorrendben halad végig. Napjainkban azonban már sokkal inkább ciklusként, illetve összekapcsolódó hálóként tekintenek rá, amelyben a vevő előre, vissza és keresztül is halad, miközben számtalan online és offline tényező befolyásolja viselkedését. A kutatásban is ezt a modellt alkalmazták, a döntések és a motivációk minél pontosabb megismerésének érdekében. Cikksorozatunk aktuális részében az első fázissal, az igény felmerülésével foglalkozunk részletesen. Az igény felmerülésének fázisa alatt azt az állapotot értjük,



Csatornák ahol a vásárlást megelőzően látta a terméket a fogyasztó

online áruház



forrás:

Global Online Consumer Report, KPMG International 2017

amikor a fogyasztó tudomást szerez a termékről, illetve kialakul a megszerzésére irányuló vágy, ezért az ezt kiváltó és befolyásoló tényezőknek tulajdonképpen a termékkel történő találkozás módjait tekinthetjük. Ezek közül az egyik legfontosabb az első információ megszerzése, vagyis hogy a fogyasztó milyen csatornán keresztül szerzett tudomást a termék létezéséről. A kutatásban részt vevő vásárlók 52 százaléka valamilyen offline csatornában találkozott először a termékkel, míg 59 százalékuk említett legalább egy olyan online csatornát, ahol a vásárlást megelőzően már kapcsolatba került az adott termékkel. A leggyakoribb csatorna az online áruházak és az offline kereskedők weboldala, de alig lemaradva követi ezt az offline üzlet. Magas az aránya az online hirdetéseknek, online értékeléseknek, illetve a barátok és a család véleményének is. Ebből az eredményből két fontos megállapítás következik. Az egyik, hogy az online vásárlásra az offline

impulzusok is erős hatást gyakorolnak, a másik pedig, hogy nincs egyértelműen preferált csatorna az online vásárlók eléréséhez, vagyis csak az egyes elemek kombinálása biztosíthatja a legnagyobb hatékonyságot. Ha az adatokat generációk szerinti bontásban is összevetjük, akkor az derül ki, hogy szinte bármilyen csatornát tekintünk, az Y generáció esetében lényegesen fontosabbak ezek az impulzusok. A barátoknál látott terméket, mint első találkozást, például több mint kétszer annyian említették az Y generáció tagjai, mint a baby boom korszakhoz tartozó vásárlók. A termékkel történő találkozás impulzusai alapvetően meghatározzák az igény kialakulását, de azért is fontosak, mert arra ösztönzik a vásárlókat, hogy további különféle információkat gyűjtsenek be a termékkel kapcsolatban. Ezzel az aspektussal, vagyis a megfontolás fázisával viszont a következő számunkban foglalkozunk majd.



ESPRESSO
SAJÁT TERMESZTÉSŰ
KÁVÉBABBÓL!

KÉSZÜLJÖN FEL AZ ÉV LEGIZGALMASABB AKCIÓJÁRA!

Termesszen saját kávébabot a De'Longhival.



PRIMADONNA
ELITE
EXPERIENCE



1

VILÁGELSŐ*
A KÁVÉGÉPEK KÖZÖTT



*forrás: független kutató intézet, 2016. január és december között a legmagasabb eladási szám

Hamarosan a boltokban!...



Better Everyday



1 Ültesse el!



2 Gondozza!



3 Takarítsa be!

Miért termesszen kávébabot a De'Longhival?

- 1) A kávébabszem elérhető minden érdeklődő számára. A www.kavegeptika.hu* weboldalon megtalálják minden részletet az állványokról és kávébabokról, illetve az akcióban résztvevő boltok listáját.
- 2) Ez idő alatt boltjaikban információt nyújthatnak a De'Longhi automata kávéfőzők egyszerű használatáról azoknak a vásárlóknak akik eddig nem gondoltak hasonló gép vásárlására.

- 3) Számoljunk egyszerűen. Egy csésze kávé, automata kávéfőző használatával kb. 30-50 HUF (kávéfajtától függően változik). A megtakarítás hatalmas, így megéri a kezdeti nagyobb befektetés.
- 4) A vásárlók boltjaikban kapják a leghasznosabb információkat a De'Longhi automata kávéfőzőiről. A tevékenységet a weboldalon, illetve különböző marketing aktivitásokkal támogatjuk.
- 5) Amennyiben a vásárló elköteleződik a De'Longhi automata kávéfőző megvásárlása mellett, visszatér abba az áruházba, ahol az első jó benyomás érte őt.

* a weboldal teljes egészében 2017 októberétől érhető el.

BSH INTERAKTIVITÁS

A BSH idén nyáron nyitotta meg új bemutatótermét, amely egyik fontos előnyének azt tartották a cég vezetői, hogy a showroom interaktív tréningek helyszínéül is szolgál majd. Sokáig nem is vártak, hogy ezt a gyakorlatban is igazolják, ugyanis szeptember végén sor került az ilyen első speciális képzésre, amely új dimenziót nyitott az interaktivitás vonatkozásában.



Az egynapos program tulajdonképpen klasszikus módon indult, a cég marketing és értékesítési ügyvezetője, Brezsnay Ágnes nyitotta meg prezentációjával az előadások sorát. A háztartásgép-piacban rejlő potenciálokat és a BSH eredményeit és céljait tartalmazó áttekintésből számos érdekesség kiderült. Többek között, hogy a BSH tervei között szerepel a beépíthető szegmens piacvezető pozíciójának elérése, illetve a teljes nagygépi piac második helyének megszerzése is a Bosch márkával. Marosi Mária, a vállalat marketing vezetője a cég tervezett aktivitásait foglalta össze, míg a termék menedzserek Nagy Dániel és Natkay Zsófia az egyes termékkörök innovációiról beszélt. Így a gőzallomás választék megújulása, a porszívó kínálat új elemeinek megismerése mellett azt is megtudhattuk, hogy az automata mosószer adagolást biztosító iDos mosógép család új Direct Select kijelzőt kapott, amelyen minden beállítás egyetlen gombnyomással történik. Az intuitív vezérlést biztosító kezelőfelületen csak az éppen elérhető opciók látszanak, a kiválasztott, aktív funkciók pedig világítanak is. Ezen kívül részletes betekintést kaphattunk a Perfect Dry mosogatógép választékba, valamint a Bosch hűtőszekrények frissesség megőrzésért felelős Vita Fresh opciójának változataival is megismerkedhettünk. Már önmagában az is említést érdemel, hogy az egyes technológiák magyarázata kontextus-

ba került és a gyakorlati előnyökre is rávilágított. Az előadásokat színesítő videók és a nyereményekkel fűszerezett rövid kvízek személyesebbé tették a prezentációkat, de a valódi interaktivitás csak ez után következett. A NEFF és a Bosch konyhai eszközeit ugyanis interaktív főzőprogram keretein belül ismerhették meg a jelenlévők. A NEFF márkával hosszú távú együttműködést kötött közismert sztár szakács, Gianni valójában nem egy recept kivitelezéséhez használta a márka készülékeit, hanem tulajdonképpen a készülékek bemutatásához használta a főzést. Gianni a gasztro szakemberektől nem megszokott módon, igen alaposan ismerte a készülékek funkcióit, sőt technológiáit is és nem csak bemutatta azokat, de fel is hívta a figyelmet arra, hogy adott megoldás hogyan és miként válik hasznossá az ételkészítés során. Az elkészített ételek összhangban voltak a márka prémium voltával, az alapanyagok eredetéről átadott információi pedig az életstílust közép-pontba állító márkauzenettel harmonizáltak tökéletesen. A Konyhafőnök versenyt megnyerő Németh Ádám pedig a Bosch készülékeivel kapcsolatban szerepelt hasonlóan. Annyi különbséggel, hogy Nagy Dániel termékmenedzser közreműködésével a jelenlévők nem csak láthatták, de ki is próbálhatták az eszközöket a gyakorlatban. A délután folyamán a Home Connect rendszerhez kapcsolódni képes modellek kínálatába, a megoldás előnyeibe, illetve a készülékeket összekapcsoló applikáció funkcióiba is bepillantást nyerhettek a résztvevők. Valamint a BSH a rendezvényen jelentette be új digitális projektjét is, azt a speciális platformot, amely online rendelési lehetőséget biztosít a partnerek számára.





FŐZÉS SZENVEDÉLLEL 1877 ÓTA



BELEKÓSTOLNA A SIKER ÍZÉBE?

Válasszon NEFF Slide & Hide® vagy NEFF Hide® sütőt a különleges konyhai élményekhez, és legyen partnerével a NEFF vendége egy exkluzív gourmet esten Giannival!

A vacsora résztvevőinek ráadásul 10%-ot visszatérítünk a termék vételárából!

Részletek: www.neff-home.com/hu/promociok/



Hajfitnesz

Technológiák a haj védelmére

Az ember laikusán azt gondolná, hogy a hajszárításhoz nem is kell más, csak meleg levegő. Jó darabig így is volt ez, és a termék kategória nem is kínált mást, csak forró levegőt, aztán elkezdtek változni a dolgok. A hideg levegő funkció után az ionizáció volt az első technikai újítás.



Ma már talán közismertebb, hogy a forró levegő nem is tesz olyan jót a hajnak. Ennek az az oka, hogy hő hatására a hajban megváltoznak a hidrogénkötések, így sokkal sérülékenyebb lesz, mint normál állapotban. A túl forró levegő ellen régen úgy lehetett védekezni, hogy az ember távolabb tartotta a fejétől a hajszárítót, de ma már más trükkök is vannak.

1.

Sok olyan készülék van, amely 5, 8, 10, sőt akár 25 hőmérséklet-beállítási lehetőséget is kínál, amivel precízen lehet szabályozni a készüléket, hogy a számunkra legideálisabb hőmérsékletet juttassuk a hajunkra.



2.



Ennél jóval fiatalabb innováció a szenzortechnológia megjelenése a piacon. A leggyakrabban infratechnológiát használó hajszárítók folyamatosan monitorozzák hajszárítás során a haját. Magyarul ez annyit jelent, hogy vizsgálják annak nedvességtartalmát, és ehhez képest automatikusan állítják be a hőmérsékletet, hogy ne roncsolódjanak a hajszálak.

3.



Az ionizációról már biztos sokan hallottak, ami szintén a haj védelmét szolgálja. Ennek a lényege, hogy a hajszárítóban lévő generátor milliónyi tisztító negatív iont hoz létre, amelyek segítenek fenntartani a haj ideális nedvességtartalmát. A hidratáció javítja a haj állapotát, regeneráló hatású, a fésülést könnyebbé teszi, nem utolsósorban pedig dúsítja és fényesebbé teszi a haját.

4.



Igazi ingyencség a vitaminokat bombázó hajszárítók. Ebben az esetben a hajszárítóba vitaminkapszulát lehet tenni, ami hő hatására olvadni kezd, a légárammal pedig a hajszálak közé kerül, hogy táplálja és egészségesebbé tegye a hajszálakat. Hogy milyen vitaminbombát kapunk, az márkafüggő, sőt a Remington például nem is vitaminnal, hanem keratinnal és mandulaolajjal kényezteti a hajunkat hasonló technológiára építve.

5.

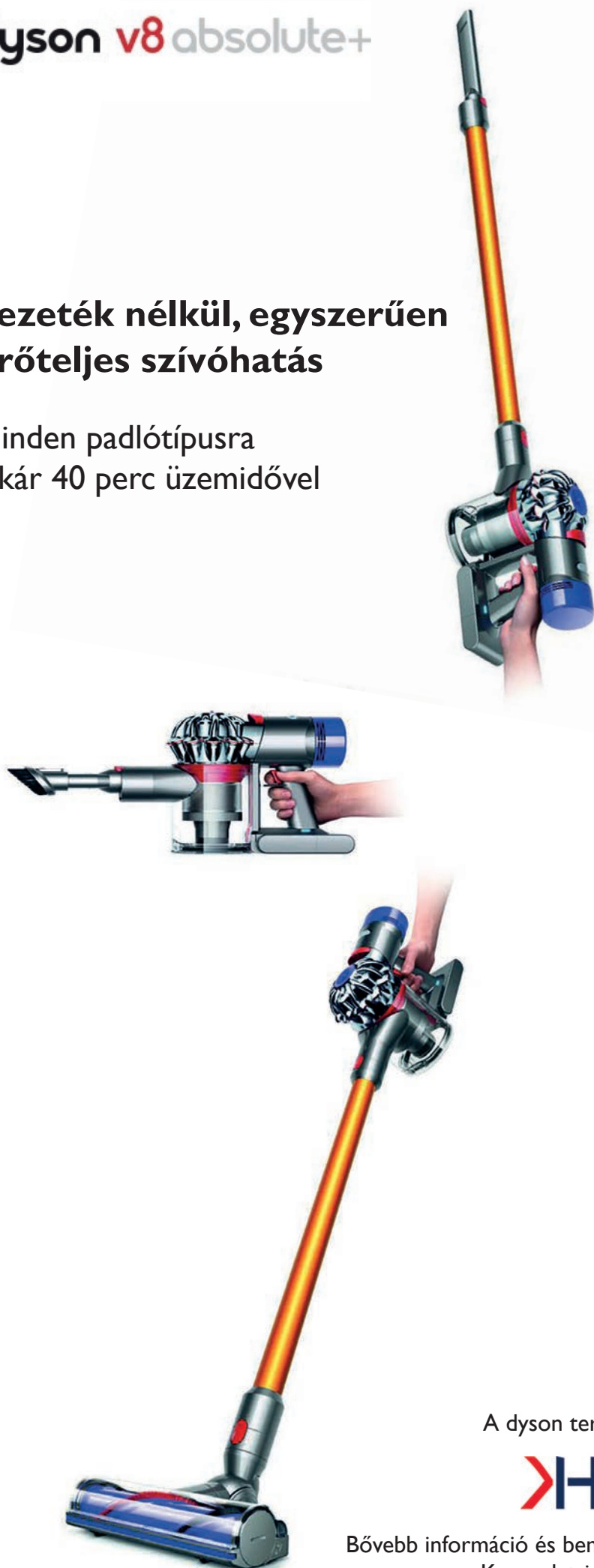


Végül a haj védelmi funkcióihoz kell még sorolni a túlmelegedés elleni védelmet is, ami, mint az a nevében is benne van, a túlzott forróságtól óvja a hajszálakat. A régebbi készülékek egyszerűen kikapcsolnak, ma azonban már a profi érzékelőknek köszönhetően a készülék pontosan tudja, hogy hány fokos levegő jön ki, és ha az túl meleg lenne, akkor visszaállítja az ideális szintre.

dyson v8 absolute+

Vezeték nélkül, egyszerűen Erőteljes szívóhatás

Minden padlótípusra
Akár 40 perc üzemidővel



A dyson termékek hivatalos forgalmazója:

KÁVÉ & HŰTŐ Profi Kft.
Jura | Liebherr | Cremesso | Dyson

Bővebb információ és bemutatóterem: 1118 Budapest, Budaörsi út 46.
Kapcsolat: info@khprofi.hu; 061 248 0095



Braun
HD785

A Braun hajszárítója hőérzékelőjével megakadályozza a túlmelegedést és óvja a hajszálakat a túlzott forróságtól. Az aktív ionok milliói eloszlatják az elektrosztatikus töltést, és láthatóan fényes, ragyogó frizurát biztosítanak. A professzionális diffúzor bent tartja a hőt, ezért erősebb loknikat és dúsabb hatású hajat lehet elérni vele. A sokoldalú készüléken tízféle hőmérséklet és légáram állítható be, természetesen a hideglevegő-funkció is elérhető rajta.



ETA
4320 90000 Black and White

A fehér-fekete színekben pompázó hajszárító mindent tud, amit egy profi készüléktől elvárhatunk. Az ionizációs technológiával megszünteti a haj elektrosztatikus töltését, és csillogóan egészséges frizurát eredményez. A három hőmérséklet- és két sebességfokozat mellett hideglevegő-funkció is található rajta, ami a frizura rögzítését segíti, a tökéletes styling érdekében pedig szűkítőfejjel is rendelkezik. A biztonságos használatról a túlmelegedés elleni védelem gondoskodik.



Grundig
HD-6760

A Grundig fiatalosan elegáns hajszárítója két sebesség- és három hőmérséklet-fokozat mellett turbó gombbal is rendelkezik, ha kevés az idő a reggeli hajszárításra. Emellett elérhető rajta a hideglevegő-funkció, a frizura minél hatékonyabb rögzítéséért, amelyet a szűkítő fej is segít. A biztonságos működésről a túlmelegedés elleni védelem gondoskodik.



ETA
Liliana 3320 90000

A fiatalosan elegáns, fekete-rózsaszínű hajszárítóval olyan frizurát lehet készíteni, mint a fodrászszalonokban. A három hőmérséklet-fokozat mellett hideglevegő-gomb is található rajta, amivel a frizura rögzíthető hatékonyan. Két tartozéka, a diffúzor és a szűkítőcső, egyaránt lehetővé teszi az egyenes és a göndör haj elkészítését. Funkciói között megtalálható az ionizáció, ami a fényes és gubancoktól mentes frizurát garantálja.



Dyson
Supersonic

Az első Dyson hajszárító, a Dyson Supersonic™ megreformálta a hajszárítás és a hajformázás folyamatát. A forradalmi technológiai újításokkal felszerelt hajszárító motorja a fogantyúban kapott helyet, így használata ergonomikus és kényelmes. A készülékbe helyezett hőfok szabályozó másodpercenként hússzor méri a levegő hőmérsékletét így mindig az egészséges határértéken belül tartja a kibocsájtott levegőt. A három sebességi és négy hőmérsékleti fokozatban állítható hajszárítóhoz három kiegészítő fej tartozik: a gyengéd fúvófej, a koncentrált hajformázó és a diffúzor, melyek a kényelmes és hosszú távú használat érdekében mágneselesen csatlakoztathatóak a készülékhez.

Hauser H-205



A fekete és élénkzöld színek párosítása egy igazán csinos hajszárítót eredményezett, amely azonban nem csupán a szépségével hódít. A hosszú élettartamról a DC motor, a biztonságról pedig a túlmelegedés elleni védelem gondoskodik. A két sebesség- és három hőmérséklet-fokozatot kínáló készülék ionizáló funkciót is kapott, amellyel megszünteti a haj elektrosztatikus töltését, és gubancoktól mentes, egészséges frizurát készít.

Momert 1609



A dizájnt illetően csak jelelt adhatunk a Momert professzionális hajszárítójának, amely egyúttal garancia is a szép frizurára. A két sebesség- és három hőmérséklet-fokozat mellett hideglevegő-funkcióval is rendelkezik a formák gyors rögzítése érdekében. Ionizációs technológiával megszünteti a haj elektrosztatikus töltését, és csillogóan egészséges frizurát eredményez. A kiváló minőségű motornak köszönhetően hosszú élettartamú a készülék.

Szépség és egészség

A szépségipart soha nem kellett féltetni, és igaz ez a hajszárítókra is. Egy sokszereplős piacról beszélünk, ami erősen koncentrált a fejlesztésekre is. Az ember azt gondolná, hogy a készülék fűjja a meleg levegőt, és ki van pipálva a történet, de ma már többről van itt szó. Az ionizációs technológiát már senkinek nem kell bemutatni, az alapkészülékeken ugyanúgy elérhető, mint korábban a felső kategóriában. De vannak már vitaminokat kibocsátó hajszárítók, megjelentek a speciális érzékelőkkel dolgozó modellek, amelyek maguk végzik el a hőmérséklet-beállítást a haj megóvásának az érdekében. Egészeben véve, a fókuszban mindenekelőtt a haj védelme áll, és azok a készülékek, amelyek ehhez technológiát is kínálnak, bizony az árakban is jelzik az extra szolgáltatást.

Rowenta INFINI PRO



Kocsinak is elmenne a Rowenta hajszárítója, mivel a profi AC motornak köszönhetően akár 120 km/h légáram elérésére is képes. A frizura formázásához Ionic Control funkciót kínál, amely semlegesíti a sztatikus elektromosságot, így nem lesz kócos a frizura, helyette azonban csillogóan fényes hatást biztosít. A hideglevegő-funkció egyéni igényeknek megfelelően, profi minőségben fixálja a frizurát. A kerámiabevonat védi a hajszálakat.

Sencor SHD 7221GR



Három teljesítményfokozatot kínál a zöld-fehér színeivel fiatalosan elegáns hajszárító. Az ionizáló funkció negatív ionokat generál, hogy mindig fényes és gubancolódástól mentes legyen a frizura. A hideglevegő-gomb a gyors fixálásért és hajformázásért felel, akárcsak a levehető szűkítő, amely elsősorban a hölgyeknek jelent előnyt. A teljes higiénia jegyében még antibakteriális felületet is kapott a hajszárító.

Philips HP8280/00



A gyártó ezúttal egy igen érdekes fejlesztéssel rukkolt elő: a MoistureProtect érzékelő infratechnológiával folyamatosan felméri a haj nedvességi szintjét, és automatikusan úgy állítja be a hőmérsékletet, hogy a haj megőrizze természetes hidratáltságát. Emellett a hat sebességgel és hőmérséklettel rendelkező hajszárító ionizáló funkcióval is rendelkezik, hogy a haj megőrizze természetes fényét.



Volt egyszer egy sparhelt
Kombinált tűzhely és sütő fa és szén tüzeléséhez. Egyik felét a konyha melegítésére használták, a tetején levő vaslemez átvette a hőt, így fellemegette az ételt. Még sütésre is használták, ennek a neve Rem.

Vacsoracsata

Elektromos tűzhelyek extra kínálata

BÁR VANNAK, AKIK RENDÍTHETETLENÜL RAGASZKODNAK A KLASSZIKUS GÁZTŰZHELYEKHEZ, A VILLANYTŰZHELYEK MÉGIS EGYRE NAGYOBB NÉPSZERŰSÉGNEK ÖRVENDENEK. KÉT-SÉGKÍVÜL VONZÓ A SZÁMOS FUNKCIÓ ÉS LEHETŐSÉG, AMIT EZ A TECHNOLOGIA KÍNÁLNI TUD, SZEMBEN A HAGYOMÁNYOS GÁZTŰZHELYEKSEL, NEM VÉLETLEN, HOGY AZ ÁRUK IS VALAMIVEL MAGASABB.

Az elektromos tűzhelyeknek van egy nagyon vonzó tulajdonsága, amelyről hajlamosak vagyunk megfeledkezni: biztonságosabbak, mint a gáztűzhelyek, és mivel egyenletesebb hőelosztást tudnak biztosítani, így könnyebb is főzni rajzuk. Sőt az egyenletes hőmérséklet teszi lehetővé a több szinten történő süstést, ami sokak számára vonzó lehet, lévén, hogy így egy füst alatt le lehet tudni egy többfogásos vacsorát vagy a főételt és a köretet. Dolgos világunkban ez nagy könnyebbség lehet bárki számára. A termékcsalád népszerűségét mutatja, hogy egyre több készüléken érhetőek el indukciós főzőzónával felszerelt lapok is, amit korábban csak a beépíthető termékcsalád mondhatott magáénak. A multifunkciós tűzhelyek jelenleg átlagosan 6-8 funkciót tudnak kínálni, de természetesen vannak 10 vagy még több süstési funkcióval rendelkező modellek is. Kiolvasztó funkció, hőlégbefúvás, alsó/felső süstés, pizza funkció, hogy csak párat említsünk a repertoárból.

Nem kell macera

A süstésben egy kellemetlen dolog van: a sütő megtisztítása. Kikerülhetetlen, hogy időről időre ne fröcsögjön zsír, ne pattogjon ki olaj a sütő belsejébe, így előbb, nem utóbb ki is illik tisztítani azt. Nem véletlen, hogy az iparág is felismerte ezt a problémát, és az elektromos tűzhelyek esetében talált is rá megoldást, vagy legalábbis megkönnyítette a macerás feladatot. A katalitikus falak, illetőleg a szintén népszerű pirolitikus tisztítás mellett egyre több sütőnél jelenik meg a gőz funkció is, ami felpuhítva a lerakódott szennyeződések könnyíti meg a sütőtér tisztítását. Azt nem kell hangsúlyozni, hogy a kerámialapok tisztítása is egyszerűbb, mint a gázégőké. Tehát sok olyan tulajdonsága van az elektromos tűzhelyeknek, ami vonzóbbá teszi őket, mint a gáztűzhelyeket. De, hogy ne csak jót írjunk róluk, van egy hátránya is: nem passzolnak mindenhol. A nagy teljesítményük miatt csak olyan lakásba lehet beszerezni őket, ahol megfelelő az elektromos hálózat. Általában a régi építésű házaknál szokott ez problémát jelenteni, jóllehet erre is lehet megoldást találni, de ez már az épületgépészet területe.

AEG 47036IU-MN

Az AEG tűzhelye indukciós főzőlapot kapott, amelyen a legnagyobb pontossággal lehet beállítani a hőmérsékletet. A 72 literes sütőtérben forró levegős keringetés felel azért, hogy a húsok tökéletesen át-süljenek. Funkciói között olyanok is elérhetőek, mint a kiolvasztás vagy a turbógrill, de lehetőség van enyhe sütésre is. A sütési beállításokat nagy méretű digitális kijelző segíti, ami a maradék időt is jelzi.



Amica 55577

Az Amica „A” energiasztályzatú készüléke 10 funkciót kínál a különböző ételek elkészítéséhez, és olyan hasznos opciókkal is rendelkezik, mint a gyors előmelegítés, amelynek köszönhetően mindössze 4 perc alatt képes elérni a sütő a 150 °C-fokot. A szenzoros vezérlésnek köszönhetően a beállítások nagyon könnyen ellenőrizhetők, a sütő ajtajának belsején pedig számos recept található. Az indukciós főzőlap Booster funkcióval is rendelkezik.



Amica 55599

Négy indukciós főzőzónával bír az Amica Booster funkcióval is rendelkező tűzhelye, így energiatakarékosan és gyorsan rotyoghatnak rajta a különböző ételek. Az „A” energiasztályzatú sütő tíz különböző funkciót kínál az ételkészítéshez, a repertoárban megtalálható többek között a grillezés, az előmelegítés és a kiolvasztás is. A 66 literes sütőtérben a légkeverésnek köszönhetően egyszerre akár több étel is készíthető.



Kiolvasztás funkció

A kiolvasztás funkció bármilyen élelmiszerhez használható: hús, hal, zöldség. A normál kiolvasztási időt lecsökkenti.

Beko CSM 57300 GX

Az elegáns, ugyanakkor mégis trendi inox színű tűzhely sütőtere hét különböző funkciót kínál a különböző ételek elkészítéséhez. A kifröcsögött zsír és egyébek tisztítását a sütés után gőz funkció könnyíti meg, az üvegkerámia főzőlap pedig szintén könnyedén tisztítható. Az „A” energiasztályzatú modell grill funkciójával mindig ropogósra sülnek a húsok, a készülő étel ellenőrzését sütővilágítás segíti.



Alsó sütés légkeveréssel

A légkeverés egyenletesen elosztja a hőt a sütő aljában. Ez a funkció leginkább paella elkészítéséhez alkalmas.





Electrolux EKC525500X

Időzítő funkcióval is rendelkezik az Electrolux „A” energiasztályzatú tűzhelye, amellyel pontosan meg lehet adni a sütési idő végét, így egész biztosan nem fognak odaégni a finom falatok. A többfunkciós sütőtér egyenletes hőelosztást biztosít, hogy mindenütt egyformán ropogósra süljenek az ételek, funkciói között olyanok érhetők el, mint az alsó sütés, hagyományos sütés, kiolvasztás vagy a grill. Az üvegkerámia főzőlap mind a négy zónája külön maradékhő-kijelzőt kapott.



Electrolux EKI545500X

Hajszálpontos hőfokbeállítást tesz lehetővé az indukciós főzőlap, amely gyorsan és minimális energiafelhasználással főzi az ételeket. A tisztítást könnyítendő, katalitikus falakkal ellátott sütőtérben légkeveréses technológia biztosítja az ételek egyenletes sütését, a turbógrill funkció használatával pedig gyorsan sülnak ropogósra a húsok. Mivel a dupla üvegezésű sütőajtóban nincsenek csavarok, így a tisztítása csupán egy mozdulat.



Bosch HCA744350

A Bosch ezúttal is magasra tette a lécet: az „A” energiasztályzatú tűzhely 3D Hotair Plus technológiát kapott, amelynek használatával akár háromféle étel is süthető egyidejűleg. Nyolc sütési módja között megtalálható a kiolvasztás és a pizza funkció is. Az üvegkerámia főzőlap mind a négy zónája külön maradékhő-kijelzőt kapott a teljes biztonság érdekében, de a modellen a gyerekszár is elérhető. A sütő tisztítását katalitikus falak segítik.



Gorenje EIT6351XPD

Az indukciós főzőlappal felszerelt tűzhely a MultiAir technológiának köszönhetően azt is lehetővé teszi, hogy egyszerre akár 4 szinten történjen a sütés. A főzőlap pedig PowerBoost funkciót kapott, ráadásul egyszerre az összes zónán is használható. Sütési funkciói között olyanok érhetők el, mint az infragrill, a kiolvasztás vagy a gyors előmelegítés. Sütés után a kifröcsögött zsír és egyébek eltávolítását az AquaClean öntisztító funkció segíti.

Enyhe grill

Hamburger, pirítós és egyéb kis méretű étel elkészítéséhez ajánlott, mivel ilyenkor csak a grill középső része üzemel.

Indukció

Az indukciós főzőlapok nem melegítenek addig, amíg nem érintkeznek fémedénnyel. Amikor az edényt levesszük, a melegítés is megszűnik, a főzőlap kikapcsol.

gorenje
Life Simplified



**VELÜNK
EGYSZERŰBB
LESZ A FŐZÉS.
VELED PEDIG
TÖKÉLETES
AZ ÉLMÉNY.**

**ÚJ GORENJE
HomeMade
TŰZHELYEK.**

gorenje.hu

Készen állsz arra, hogy kiemelkedő ízélményekben legyen részed a konyhában? Az új [Gorenje HomeMade tűzhelyekkel](#) ez vonzóan egyszerűvé válik. Készítsd el kedvenc ételeidet úgy, mintha egy hagyományos fatüzelésű kemencében készülné vagy nyüögöd le családodat gasztronómiai élmények széles skálájával! Tűzhelyeinket [okos](#) és [felhasználóbarát](#) megoldásokkal terveztük, hogy nyugodtan rájuk bízhasd a főztödet és neked már épp csak egy érintés erejéig kelljen részt venned a sütési folyamatban.



Indesit I5V62A(W)/EU

Klasszikus formatervezésével minden konzervatívabb konyhába remekül passzol az Indesit „A” energiasztályozatú tűzhelye, amellyel egyszerre akár több étel is készíthető. Funkciói között megtalálható a gratin, a grill és a sütemény is. Az sütőajtóba integrált új alkatrészeknek köszönhetően szerszámok használata nélkül néhány másodperc alatt eltávolítható az üveg, amely nagyban leegyszerűsíti a tisztítást. A készülék melegen tartó fiókot is kapott.



Zanussi ZCV550G1XA

Keskeny kivitelezésének köszönhetően a kisebb konyhák tökéletes darabja lehet a Zanussi „A” energiasztályozatú tűzhelye. A dupla sütőajtó szerszám nélkül is eltávolítható, így nagyon könnyen tisztítható, természetesen a kerámia főzőlap tisztítása sem fog problémát okozni. Funkciói között megtalálható az alsó sütés, a hagyományos sütés, a légkeverés, a grill, és sokak öröme az olasz pizza is.



Gorenje EC6565XPA

A termékcsaládban ritkaságnak számító „A+” energiasztályozatot érdemelt ki a Gorenje tűzhelye, amelyben egyszerre több, akár négyféle étel is készíthető a MultiAir technológiának köszönhetően. Számos sütési módja között megtalálható például az infragrill, a kiolvasztás és az előmelegítés. Az AquaClean funkció a sütőtér belső tisztítását könnyíti meg. A négyzónás üvegkerámia főzőlap biztonságos működését a maradékhő-kijelzés garantálja.



Zanussi ZCV540G1WA

Szerszámok nélkül is könnyen eltávolítható a sütőajtó, így nagyon egyszerűen tisztítható, akárcsak a sütőtér belseje. A grillezés mellett két további programot kínál a készülék a különböző ételek elkészítéséhez. Mivel a sütőtér nagy méretű – 56 literes –, így a vascsoravendégeken sem kell többet spórolni. A kerámia főzőlapokon gyorsan rotyog a leves vagy a pörkölt, és ha véletlenül kifröccsenne, akkor a tisztítása csupán egy mozdulat.

Turbó plusz

A sütő meleg levegő segítségével melegszik fel, amely a sütő hátsó részéből árad és cirkulál a sütőben. Többosztós sütés esetén ajánlott.

Alacsony hőmérsékletű sütés

Ez a funkció nagyon alacsony hőmérsékleten süt, így joghurt vagy gomba készítéséhez kiváló.



Minden gazdinak van egy Electrolux AnimalCare porszívó

Az AnimalCare porszívókat kifejezetten a kisállattartók elvárásainak, preferenciáinak figyelembevételével tervezte meg az Electrolux. Speciális szívófejükkel minden felületről hatékonyan szedik össze a kis kedvencek szőrszálait, így a gazdik önfeledten élvezhetik társaságukat akár a négy fal között is.

Amerikától Európán át Ázsiáig évek óta nő a kisállattartók száma. Ezer számra születnek cikkek a házi kedvencek gazdikra gyakorolt pozitív egészségügyi hatásairól. Magyarországon is évről-évre többet költenek rájuk az emberek. A gazdik nyaralni viszik őket, ruhákat vesznek nekik, és egyre többen iskolába is járnak velük. Az egyetlen kissé bosszantó tulajdonságuk, hogy sokat kell takarítani utánuk.

Erre a problémára kínál megoldást az Electrolux széles AnimalCare porszívó

választéka. Porzsákos és porzsák nélküli, vezetékes és akkumulátoros kivitelben, prémium és középkategóriás szegmensben is találunk a kisállattartók Electrolux porszívót.

Az UltraOne porszívó bármilyen felületről pillanatok alatt szedi fel a szőrt és a piszkot, amit hatékony szűrőrendszerének köszönhetően nem is enged vissza a levegőbe. Az UltraSilencer Zen annyira csendes, hogy még a kisállatok sem menekülnek riadtan az ágy alá, miközben gazdijuk takarít. Az erős és mozgékony Powerforce AnimalCare porszívó azoknak a vásárlóknak készült, akik nem feltétlenül akarnak prémium porszívót vásárolni.

Az UltraFlex AnimalCare azoknak a gazdiknak lesz jó választás, akik a porzsák nélküli porszívókat részesítik előnyben. Akinek pedig nagyon sok szőrt hullat házikedvence, és emiatt naponta fel kell takarítania, annak az Ergorapido porszívó jelent segítséget.

Az Electrolux AnimalCare porszívók az alábbi modellváltozatokban érhetők el:

EU09ANIMAL
EUS8ANIMAL
EPF6ANIMAL

EU08ANIMAL
EER7ANIMAL



További információ:
www.electrolux.hu



Electrolux

ÖSSZHANG

SAMSUNG

Witsch Gerda nemrég vette át a Samsung hazai leányvállalatnak marketingvezetői feladatait, vele beszélgettünk az új kihívásokról, amelyeknek meg kell felelnie, a Samsung hazai kommunikációjának legfőbb stratégiáiról, de azt is megkérdeztük a fiatal marketingszakembertől, hogy mi a márka sikerének a titka.

A Samsung előtt a L’Oreal és Vodafone csapatát erősítette, mennyiben voltak mások az ottani feladatai?

Pályakezdként hatalmas vágyam volt, hogy a L’Orealnál dolgozhassak, ezért nagyon örültem, amikor senior brand manageri pozícióba kerültem a céghez. Mindig is úgy gondoltam, hogy ahhoz, hogy valaki igazán jó marketing-szakember legyen, két helyen mindenképpen dolgoznia kell, az egyik egy ügynökség – ezen akkor már túl voltam –, a másik pedig egy FMCG cég, amely tulajdonképpen a generalistákat képezi a piacra. Nagyon fontos tapasztalatokat szereztem ebben a munkakörben. Többek között, hogy az idővel hogyan lehet priorizálni, az árképzés hogyan alakul, de munkám során arra is rálátásom nyílt, hogy mely üzletekben kell jelen lenni, milyen promóciókra van szükség, illetve hogy egészében miként érdemes kommunikálni a termékeket. Viszont a termékfejlesztés nem tartozott a feladataim közé, a Vodafonnál azonban már B2B pozíciót tölthettem be, és bekapcsolódhattam a termékfejlesztésbe is. Tarifa csomagokat elemeztük, hogy mire van igény a piacon, hogyan lehet úgy beárazni valamit, hogy az mind a két félnek megfelelő legyen. Ez pedig, szemben az előző munkahelyemmel, sokkal inkább speciális, szakosodott ismereteket nyújtott. A Samsung pedig picit a kettő között van. Jelenleg a teljes körű kommunikációért felelek, de az eltérő szervezeti kultúra révén olyan kérdésekbe is belevonnak, ami nem csak és kizárólag a kommunikációt fedi le.

Mint például?

Szoros együttműködés van a divíziók között, az összes terület számára fontos, hogy hogyan látja a kommunikáció az adott kérdést, hogy mi az, ami a mi olvasatunkban is hatékonyságot biztosít. Például a promóciók tervezésében is részt veszünk.

Marketingvezetőként milyen új kihívásoknak kell megfelelnie?

Mielőtt vezetőnek neveztek volna ki, a márkakommunikációért, termékkommunikációért feleltem, az új beosztásban pedig számos egyéb terület is hozzám került, mint például a PR, vagy a social media. A legfontosabb feladatom pedig a koordináció, az egyes területek összehangolása. Ez nem azt jelenti, hogy mindenben nekem kell a legjobbnak lennem, hanem hogy a csapatomnak a legjobb szakemberekből kell állnia. Úgy gondolom, ez jelenleg adott, hiszen remek kollégákkal dolgozhatok együtt, és ezt a júniusi vizes vb is megmutatta. Idén májusban kezdtem el az új munkakörömben dolgozni, ezért hatalmas kihívás volt, hogy júniusban már jött is a FINA, ami nemcsak a sportolóinknak hozott sikert, de a Samsungnak is. Úgy gondolom, nagyon „ütősre” sikerült a márkakommunikáció, hiszen megjelenéseinkkel, épülethálóinkkal, plakátjainkkal stb. szinte egész Budapestet lefedtük.

Milyen fő csapásirányok mentén képzeled el a Samsung marketingkommunikációját?

Az egyik legfontosabbnak azt látom, hogy minél több ku-

tatást tudjunk végezni, vagy olyanoknak az eredményeit magunkévá tenni, amelyek alapján a kommunikációkat még tovább tudjuk fejleszteni. Ezeknek a felméréseknek a segítségével kevésbé befolyásolhatnak minket a percepcióink, és ténylegesen még mélyebben ismerhetjük meg a fogyasztóinkat. Szeretnénk továbbá minél jobban lokalizálni a kampányainkat. Elsősorban globális anyagokat használunk, de én azt gondolom, hogy minden kampányban kell valamilyen helyi jellegzetesség is, amivel még szerethetőbbé tudjuk tenni a márkát. Ezzel szeretnénk még közelebb kerülni az emberekhez, hogy továbbra is minket válasszanak.

Az amerikai, európai és hazai kommunikáció között milyen különbségek vannak?

A legfontosabb különbség, hogy a trendek Amerikában születnek, aztán Európa átveszi és lokalizálja őket. De az is fontos, hogy mindenhol más-más a célcsoport. Prémium márka vagyunk és a termékeink jó része is prémium, ezért globálisan a 25–37 éves korosztály az elsődleges célcsoportunk, ugyanakkor Magyarországon viszonylag kevés olyan 25 éves van, aki egy QLED tévét meg tud vásárolni, így lokalizálni, szélesíteni kell a célcsoportot. Ha ezt nem tesszük meg, akkor nem érjük el a potenciális vásárlókörzöniséget. Eppen ezért Magyarországon például bizonyos telefonok esetében 55 éves korig tart a célcsoportunk.

Mennyiben más a fehér- és barnaáru kommunikációja?

A vásárlási motivációk eltérnek, ezért a kommunikáció is más alapokon nyugszik. A barnaáru kiválasztása elsősorban érzelmi alapon történik, a fehér esetében pedig a funkcionalitás a döntő. Ha elromlik a hűtőm vagy a porszívóm, akkor bemegyek, és veszek egyet, ezzel szemben a telefonba beleszeret az ember, és mára státuszszimbólum is lett. Kicsit egyébként a tévék is ebbe az irányba haladnak, ezért is fektetünk egyre nagyobb hangsúlyt a dizájnra. Fontos különbség a célcsoport is, hiszen a fehéráru-kommunikációnál mindenekelőtt a nőket szólítjuk meg, bár nem biztos, hogy ők fognak vásárolni, de ők motiválják a férfiakat a vásárlásra. Jellemzően a nők funkcionális, míg a férfiak gyakorlati szempontból közelítenek a dologhoz. Gyakran élethelyzet-változás, új ház, házasság, gyerek születése a fő mozgatórugója a fehéráru-vásárlásnak, a barnánál pedig elsődlegesen az innováció, ezek pedig más-más kommunikációs stratégiákat igényelnek.

Melyikre helyezik a nagyobb hangsúlyt?

Nincs prioritás, csak termékenként más a piac szerkezete. Például a mobiltelefon nagyon dinamikus piac, sokkal több újdonság van, mint mondjuk a mosógépeknél, ezért a kommunikációja is látványosabb. A fehérárupiacon ritkábban van új termék, de ha van, akkor ugyanolyan erős a kommunikációja.

Hogyan oszlanak meg az online és offline Samsung-megjelenések, és miért ilyenek az arányok?

Van egy központi irányelv, e szerint 60% online és 40% offline megjelenésnek kellene megvalósulnia. Ez is egy globális koncepció, de a magyar piac szerkezete még messze nem olyan, hogy ezt változtatások nélkül eredményesen lehessen alkalmazni. Nálunk még nagy jelentősége van az offline kommunikációnak, ugyanakkor egyre nagyobb hangsúlyt kap az online is. A Samsungnak egyébként kétszer nagyobb a látogatótábora a közösségi oldalakon, mint más elektronikai gyártóké, vagyis itt nagyon sikeresek tudunk lenni. Ami még fontos online szempontjából, hogy vannak olyan célcsoportok, amelyeket a klasszikus médiában már nem fogunk tudni elérni hosszú távon, a „Z” vagy az „A” generációra gondolok, akik már mindent a telefonjukon néznek, a tévét is. Az online azért is fontos, mert itt tudjuk a legjobban lokalizálni a kampányainkat és innovatív módon megjeleníteni a kommunikációban. Úgy gondoljuk, nemcsak a termékeinknek, de a kommunikációnak is innovatívnak kell lennie. Mindig azt keressük, ahol lehet még fejleszteni, abszolút maximalisták vagyunk, ezért is tudunk sikeresek lenni a piacon.

Ha egy mondatban kellene megfogalmaznia a Samsung sikerének a titkát, mi lenne az?

A Samsung sikerének az a legnagyobb titka, hogy a termékeibe olyan fejlesztéseket épít be, amelyek különböző módon ugyan, de gazdagabbá, élménytelibbé teszik az emberek életét.



TELT HÁZ

MEMÓRIAZABA ÉS MERÜLŐ AKKUMULÁTOR

A hamar lemerülő akkumulátorok után a második nagy probléma az okostelefonokkal, hogy hamar tele lesz a memória. Furcsán hangzik, de szinte nem is függ attól, hogy mekkora tárhellyel rendelkezünk, valahogy úgy van ez, mint a pénzzel, ha több van, az ember többet költ.

Míg 2015-ben az AVG jelentése szerint még a Facebook töltötte be leggyorsabban a tárhelyet, addig mára még a toplistára sem tudott bekerülni a népszerű alkalmazás. A tárhelyzabálás jelenlegi csúcstartója a Snapchat, aki nem ismerné, ez egy a fiatalok körében népszerű app, lényege, hogy a készített fotókat különféle mókás elemekkel lehet kidekorálni, majd persze a kész műveket meg is lehet osztogatni. Az Avast Software a második helyre rangsorolta a Spotify Music alkalmazást, ami kissé furcsa, mert itt a letöltött számok foglalják a helyet, ugyanakkor kedvenc zenéinket máshonnan is a telefonunkra tölthetjük, illetőleg hogy ki mennyi zenét szed le, az teljesen szubjektív dolog. A harmadik helyezett ugyancsak különös módon a Wattpad lett, ez egy olyan app, ahol írók és olvasók találkoznak, jogos a kérdés, hogy akkor miért nagy a helyigénye? Mert akárcsak a Facebook esetében, folyamatosan érkeznek a jelentések, ami telíti a telefon memóriáját, no meg az adatforgalomhoz is rendesen hozzátesz. Szintén nemcsak memóriapusztításban, de adatforgalomban és akkumulátormerítésben is „példát lehet venni” az Amazonról, amely mindhárom dologból bőven kiveszi a részét. Egyébként az akkumulátorok legnagyobb ellensége a népszerű Pokémon GO, amelynek egy Samsung Galaxy S6 telefont két óra 40 perc alatt sikerül totálisan lemerítenie.



2015-ben még ők voltak a favoritok



Irány a felhő

A fentiek csak az alkalmazások voltak, a videókat, zenéket és fotókat nem lehet rangsorolni, mivel egyéni szokás kérdése, hogy mennyit tárolunk ezekből a telefonon, de kétségtelenül ezek felelősek azért, hogy a nagy tárhely is hamarosan kevés lesz. Mondani se kell, hogy minél jobb a telefon kamerája, annál nagyobb helyigényű fotókat és videókat készít, 4K felbontásban például minden telefontárhelyet könnyen ki lehet végezni. Az SD kártyával bővíthető telefonoknál nem is olyan vészes a helyzet, mert ezzel meg lehet sokszorozni a készülék kapacitását, de még a prémium szegmensben is vannak nem bővíthető, fix tárhelyes telefonok. Nálunk még sokan idegenkednek tőle, hogy személyes adataikat a felhőbe mentse, pedig ingyen van és nem is jelent különösebb nehézséget a dolog, cserébe azonban megoldást kínál a memóriaproblémára. Az iOS telefonokon az iClouddal, az Androidokon pedig az Google Drive-val lehet orvosolni a problémát, de nyugodtan választható például a Dropbox is. Nem kell mást csinálni hozzá, mint kijelölni a fájlt, rányomni a megosztás opcióra és kiválasztani a felhőt, amibe menteni akarjuk az adatunkat.

STREETLINE

 GoGEN



GoGEN Streetline kollekcio
Novembertől kapható!

- Bluetooth fejhallgató
- Bluetooth fülhallgató
- Bluetooth hangszóró
- Bluetooth party hangfal
- Powerbank / külső akkumulátor

ETA Hungary Kft.

Bártfai utca, 54. 2.em. A02007
H-1115 Budapest
Tel.: + 36 70 605 3626

Párosan szép az élet

A duál kamerás telefonok előnyeiről

Az utóbbi idők telefonfejlesztéseinek a fókuszában a kamera állt, a minél jobb minőségű képkészítés érdekében. Már olyan pletykákat is lehetett hallani, hogy hamarosan egy jó telefonnal jobb minőségű képeket lehet majd készíteni, mint a DSLR fényképezőgépekkel, ennek jegyében született meg a duál kamera is.



Hagyományosan egy fényképezőgép azért tud jobb minőségű képet készíteni, mint a telefon, mert nagyobb szenzor van benne: minél nagyobb felületű a szenzor, annál több fényt tud összegyűjteni, a fény pedig a fényképezés alfája és ómegája. Nagy szenzort rakni egy telefonba azonban egyrészt drága, másrészt pedig bonyolult, mert ebben az esetben nagyobb felületű lencsét is kellene használni, ami a jelenlegi technológiákkal még nehézkes. Két kamerát rakni a telefonba egyszerűbb, és ezzel a megoldással rögtön megduplázódik a begyűjtött fény mennyisége, ami azt jelenti, hogy elvileg kétszer jobb minőségű képeket lehet így készíteni, mint az egykamerás készülékekkel. A dolog tulajdonképpen úgy működik, mint a látás: a két szemünk, mivel egymás mellett van, nem egészen ugyanazt a képet látja, az agyunk szerkeszti össze egy egésszé. Ebben az esetben azonban az agy a processzor. Mivel digitális technológiáról beszélünk, így a rendszernek számos előnye van:

Nagyobb felbontás

Mivel nem ugyanott van a két kamera, így picit eltérő képet rögzítenek, a kapott adatokat összefésüli a rendszer, így megnő a pixelszám, és vele a felbontás.

Képzaj

Mindkét kamera képzajt rögzít, ezeket a rendszer egymásra vetíti, majd eltünteti őket, így nem lesz zajos a kép.

Dinamikatartomány

A két kisebb dinamikatartományt a processzor digitálisan összekombinálja, hogy egy nagyobbat kapjunk.

Mindenki másként csinálja

A két kamerában rejlő lehetőségeket a gyártók más-más módon is tudják használni. Az LG G5 esetében például az egyik kamera szűkebb, a másik szélesebb látószögű képeket készít, ahogy teszi ezt a Lenovo Vibe S1 is. Jelenleg a legnagyobb visszhangja talán a Huawei P9-nek van, itt az egyik szenzor RGB (színes), a másik pedig monokróm képek készítésére alkalmas. Míg a színes kamera a színinformációkat, addig a monokróm kamera a körvonalakat és a részleteket rögzíti nagy felbontásban, a kettő összekombinálásával pedig jobb minőségű képek érhetők el, ugyanakkor lehetőség van csak fekete-fehér fotók rögzítésére is. Az új iPhone 7 Plus szintén duál kamerát kapott, és vele kétszeres optikai zoomot. A két szenzor egyike egy széles látószögű, 28 mm-es változat, a másik pedig egy 56 mm-es érzékelő. Mindkét kamera 12 megapixel felbontású, a páros lényege pedig, hogy hihetetlen mélységet tudnak együtt elérni. A Samsung Galaxy Note8 esetében egy nagy látószögű optikát és egy telének becézett másikat kapunk, aminek az előnye, hogy kétszeres optikai zoom érhető el vele. Az Asus Zenfone 4 Max is duál kamerával rendelkezik, amivel a gyártó egyrészt a panorámaképek készítésére, másrészt pedig a fókuszidő lerövidítésére koncentrált.



16 kamera

A duál kamerákat nyugodtan lehet áttörésnek nevezni, ugyanakkor felvetődik a kérdés, hogy ha van kétkamerás rendszer, akkor miért nem lesz három, négy vagy öt? Lesz. Ugyanis minél több adat áll a telefon rendelkezésére, annál több mindent tud majd vele kezdeni a képalkotásban. A pletykák szerint az androidos Light L16 telefon már egyenesen 16 kamerával fog érkezni.

Felhők az online logisztika egén

Az online kereskedelem egyik meghatározó tényezője a logisztika. Nem pusztán azért, mert az online vásárlók jelentős része veszi igénybe a házhozszállítási szolgáltatásokat, hanem mert ennek a tényezőnek a vásárlási döntésben is komoly szerep jut. A logisztikai szektor éppen ezért egyre nagyobb kihívásokkal néz szembe, ami akár már idén is fennakadásokat okozhat a kereskedelemben.



A vásárlók számára fontos, hogy a megrendelt terméket gyorsan és pontosan kapják meg, lehetőleg abban az időpontban, ami számukra megfelel, ugyanakkor a legtöbben szeretik, ha a kiszállításért nem is kell fizetni. A házhozszállítás ráadásul az egyik legnépszerűbb szolgáltatás az online kereskedelemben, a GfK felmérése szerint minden második online rendelést futárszolgálat kézbesít idehaza. Nem véletlen, hogy a piaci versenyben komoly szerep jut ennek a tényezőnek és a kereskedők kiemelt figyelmet fordítanak erre, mint a vásárlásösztönzésben egyik legfontosabb eszközére.

Az online vásárlásra ösztönző tényezők első öt helyezettje mind a kedvezményekre fókuszál. Közülük is kiemelkedő fontossággal bír a házhozszállítás ingyenessége – állapítja meg a GfK Digital Connected Consumer kutatásának legfrissebb, 2017. évi tanulmánya. Az online kereskedelem további fejlődésének egyik fontos feltétele a megfelelő logisztikai szolgáltatások elérhetősége. Az áru gyors és legfőképp olcsó kézbesítése alapvető elvárás a fogyasztók részéről. A GfK 2017-ben, 15-59 éves internetezők körében végzett Digital Connected Consumer kutatása alapján a fogyasztók 72 százaléka állítja azt, hogy még többet vásárolna online, ha ingyenes házhozszállítást vehetne igénybe. Ezzel a házhozszállítás a legfontosabb tényezővé lépett elő az online vásárlást hajtó kedvezmények és előnyök között.

A logisztikai szektor azonban az online kereskedelem gyors fejlődésnek és a csomagküldés fontosságának köszönhetően egyre nehezebben tud megfelelni az elvárásoknak, ami akár már az idei Black Friday során problémákat jelenthet. Erre mutat rá a GfK Digital iparági jelentése is. 2017-ben egy

átlagos online vásárló már 11 alkalommal intézte vásárlását webáruházon keresztül. A szektor 18%-os növekedése messze meghaladja a hagyományos kiskereskedelem bővülési ütemét, ami természetesen a csomagszámok emelkedésében is megmutatkozik. A gyors fejlődésnek köszönhetően pedig a logisztikai folyamatok lekövetése egyre nagyobb kihívást jelent, még a futárcégek csomagszámaik 30-40 százalékat jelentő év végi szezon nélkül is. A GfK Digital friss elemzése szerint a futárcégek tavaly több mint 17 millió rendelés kézbesítésében működtek közre és ez a szám idén is várhatóan 18-20%-kal fog emelkedni. Bár hazánkban is egyre népszerűbbek a logisztikai cégek által üzemeltetett átdámpontok, a csomagok jelentős része – mintegy 12 millió – 2016-ban is egyenesen a címzetthez került kiszállításra. Az egyre növekvő forgalom kiszolgálását nehezíti, hogy a szektor fokozott munkaerőhiánnyal küzd, ráadásul nem csak nehéz futár és raktári munkást találni az ország egész területén, de az alkalmazottak elvándorlásának megakadályozása is egyre nehezebben oldható meg. A hazai tulajdonban lévő futárcégek többségének korlátozottak a béremelési lehetőségei. Az elmúlt években ugyanis az erős verseny miatt csökkentek, vagy legalábbis “befagytak” az internetes vásárlás kézbesítési díjai, miközben 2017-ben már elvártak az olyan extra szolgáltatások, mint például az időablakos szállítás, az 1 napos garantált kézbesítés, vagy épp a kártyás fizetési lehetőség. A megsokszorozott, jól bejáratott díjaknál a kereskedők és a vevők nagy átlaga nem hajlandó, vagy nem tud többet fizetni, miközben a másik oldalon ezek a fejlesztések komoly beruházásokat igényelnek.



Ennek tükrében e kereskedelem szereplői számára nem igen marad más megoldás, mint hogy lemondanak egy olyan marketing eszközről, mint az ingyenes szállítás, vagy valamilyen kompromisszumot kötnek a szolgáltatás minősége és annak ára tekintetében. Ha viszont egyikre sem kerül sor, akkor az lesz a legnagyobb kérdés, hogy az egy napos kézbesítés és az ingyenes kiszállítás hogyan tud majd egyszerre megvalósulni az ünnepi szezonban.



Sokszínű piac

Fókuszban az akkumulátor és az üzemidő

BÁR A TELJES ELEKTRONIKAI PIACON TALÁN AZ OKOSTELEFONOK DÜBÖRÖGNEK A LEGJOBBAN, MÉG SINCSENEK KÖNNYŰ HELYZETBEN A GYÁRTÓK. VERSENY VAN, ÉS FOLYAMATOSAN ELŐ KELL RUKKOLNI VALAMIVEL, MÉG NAGYOBB TUDÁS KELL, MÉG EGYSZERŰBB KOMMUNIKÁCIÓ, MÉG ELEGÁNSABB KÜLSŐ. NAPRÓL NAPRA KIHÍVÁSOKNAK KELL MEGFELELNI, VAGY AMI MÉG JOBB: KIHÍVÁSOKAT KELL TÁMASZTANI.



Az igényteremtés
Vajon tényleg szükségünk van a minél jobb telefonokra, vagy csak azért kell, mert elérhető? Nézzünk egy beszédes példát: Jelenleg prémium kategóriában, 5 colos kijelzőn már nem ritka a QHD felbontás, ami 2560 x 1440 pixelnek felel meg. Steve Jobs pont 10 évvel ezelőtt a Macworld 2007 nevű kiállításán jelentette be az első iPhone telefont. A 3,5 colos kijelző felbontása 320 x 480 pixel volt. Akkor ezt írták a kijelzőjéről, a lelkesedés pedig őszintének tűnik: „A megjelenítő képe túlzás nélkül gyönyörű, járt már nálam pár durva kijelzővel szerelt gép (legutóbb az E-TEN X500+, a maga 2,8 hüvelykes VGA kijelzőjével), de az iPhone mindet lepipálja.”
mobilarena.hu

Érdekesen alakult ez a piac, mert egy ideje már úgy néz ki, hogy van az Apple, van a Samsung és az összes többi. Az összes többi kategóriában pedig hatalmas a verseny, mert minden szereplő a harmadik akar lenni, sőt, többen azt dédelgetik magukban, hogy harmadik szereplőből majd elsővé lépnek elő. Évek óta így van ez, a piaci elemzők pedig mindig kikiáltanak egy tuti harmadik szereplőt, volt már az LG, a HTC, a Lenovo, idén pedig a Huawei üdvözik a nagy befutóként. Sőt a vállalat saját magát egyenesen a második helyre rangsorolja. Allen Wang, a Huawei India igazgatója szerint ugyanis tavaly decemberben a cég okostelefon-piaci részesedése 13,2 százalék volt, szemben az Apple 12 százalékaival. A számokat egyetlen piacot elemző, nagyobb cég sem támasztotta alá, de ha nem igaz, az talán jobb is, mert ennél hatékonyabb marketingeszközt ki se lehetne találni. Hogy a Huaweinek sikerül-e tartania a remek pozícióját, az ki fog derülni, de az a jellemző, hogy a lendület rövid ideig tart, és az „örökös” harmadik hely hamarosan másé lesz. Jó példa erre a Lenovo, három évvel ezelőtt harangozták be, hogy meghódítják a piacot, idén pedig már arról van szó, hogy kivonulnak a Lenovóval, és helyette a Moto – a Motorola utódja – márkát vezetik be.

Folyamatos keresés

Ha van egy sokszereplős piac, ahol folyamatosan újabb márkanevek bukkannak fel, ott nagy a verseny és az árak mellett mi mással lehetne győzedelmeskedni, ha nem a fejlesztésekkel. Az utóbbi időben valamiért a kamerák kerültek a fókuszba, de már korántsem pixelháborúról beszélünk, mint 5-6 évvel ezelőtt, talán többen emlékeznek még a Nokia 28 MP-es telefonjára vagy a Samsung gigaobjektívvel felszerelt modelljeire. Jelenleg a minőség a főszerep, és olyan kiváló brandekkel félmjelzik a fejlesztéseket, mint például a Leica. A felső kategóriában egyre több készüléken jelenik meg a duál kamera vagy a 3D arcfelismerő funkció. Olyan prognózisokat is lehet olvasni, hogy a telefonok által készített képek minősége hamarosan a DSRL gépek minőségével fog versenyezni. Egyelőre ez kissé hihetetlennek tűnik ugyan, de ki tudja. A kamerák mellett a másik nagy trend az akkumulátor üzemidejének a növelése és a minél tovább tartó használatosság elérése. Ennek jegyében jelent meg a gyorsfeltöltés funkció, félórás, vagy akár ötperces töltéssel megoldható, hogy kiküszöbölődjön a hirtelen lemerülés, ami mindig is a legkényesebb velejárója volt ennek a termék kategóriának. Tehát nem az alkalmazásokon, ha úgy tetszik, nem az „okosság” van jelenleg a főszerep. A teljesítmény mellett tovább növekszik a kijelzőméret is, a prémium szegmensben gyakorlatilag 5 col fölött kezdődnek a telefonok, de nem ritka a 6 colos és az a feletti készülék sem.

Alcatel A5 LED

Az elsősorban középkategóriás telefonjairól ismert márka megmutatta, hogy bizony ő is tud újat mutatni. A gyártó ugyanis megalkotta a világ első LED-hátlappal rendelkező telefonját, aminek fő funkciója mi más lenne, mint a szórakoztatás. A színes fények tetszés szerint villoghatnak a zene ütemére, SMS érkezéskor, telefonhíváskor stb. Az 5,2 colos HD felbontású kijelző alatt a teljesítményt egy 8 magos processzor és 2 GB memória biztosítja.



HomTom HT17 PRO

Az árbajnok telefon 5,5 colos HD felbontású kijelzőt kapott, amely IPS technológiát használ a nagyobb fényerő és színhűség érdekében. A 13 megapixeles kamerába Sony képzékelő került, valamint LED-vakut is használ a rossz fényviszonyok közötti fotózáshoz. A megfelelő teljesítményért egy négymagos processzor felel, amit 2 GB RAM memória támogat. A cserélhető, 3000 mAh-as akkumulátor 15 óra beszélgetést vagy kb. 280 óra készenléti időt tesz lehetővé.



HTC U11

A HTC telefonjának mind az előlapja, mind a hátlapja 3D-s üveggel van bevonva, ami miatt nemcsak szép, de biztonságosabban és kényelmesebben is lehet használni. A gyártó leginkább azt üdvözlí, hogy erősebb szorítással is előhívhatók a telefon különböző funkciói, ki tudja, lehet, tényleg ez hiányzott. Az 5,5 colos kijelzője Quad HD felbontású, alatta pedig nyolcmagos processzor duruzsol 2,45 GHz-en, amit 4 GB memória támogat, így a teljesítményre biztosan nem lesz panasz.



Huawei P10

A gyártó a Leicával közösen fejlesztette ki a telefon kameráját, és ezúttal a portréfotózásra fókuszáltak. Teljesítményére sem lehet panasz, köszönhetően a Kirin 960 nyolcmagos processzorának és a 4 GB RAM memóriának. Előnyei között meg kell említeni a karcálló üveget és a gyorsöltés funkciót: fél óra töltés 4 óra használatot tesz lehetővé. A készüléken Android 7 + EMUI 5.1 operációs rendszer fut.



Alive Share

Az Alive Share funkció lehetővé teszi képek, zenék, fájlok megosztását két telefon között, mobilnet vagy wifihálózat nélkül, pontosabban a két telefon közt direkt wifikapcsolat jön létre.

Duál kamera

A kamerának két különböző lencséje van, amelyek együttműködnek a képalkotás során, így több fényt engednek be, több részletet képesek megörökíteni, jobb minőségű fotót készítenek.



iPhone 7

Az Apple sem spórolt a kamerán, a jó képek érdekében 13 MP-es kamera, képstabilizátor és négy LED-es vaku került a készülékbe. Ráadásul 4K felbontású videókat is lehet rögzíteni vele még gyenge fényviszonyok között is. Hogy a megjelenítésre se legyen panasz, azért a Retina HD-kijelző felel, az 5,5 colos modell 1920 × 1080 pixel felbontású. A teljesítményt illetően a 10 Fusion chip kétszer gyorsabb, mint az előző iPhone 6 esetében, a hangzsról pedig a sztereó hangszórók gondoskodnak.



LG G6

FullVision, 5,7 colos és QHD felbontású kijelzőt kapott az LG okostelefonja, amely arcfelismerő funkcióval rendelkezik, így csak rá kell mosolyogni, és máris felold a telefonzár. A víz- és porálló készüléken Android 7.0 Nougat operációs rendszer fut, a zökkenőmentes működésről pedig a nyolcmagos processzor gondoskodik. A fejlesztések leginkább a kamerára fókuszáltak, és a széles látószögű képek készítésére, amit a dupla 13 MP-es hátsó kamera tesz lehetővé.



Moto G Plus

Kettős autofókusz kép- pontrendszerrel szerelték fel a Moto kameráját, amely akár 60%-kal gyorsabban képes egy adott pontra ráállni, így a gyorsabb mozdulatok is nyakon csíphetők vele. A teljesítményét illetően nyolc mag duruzsol benne 2 GHz-en, amit 3 GB memória támogat, ezt egészíti még ki a 650 MHz-es Adreno 506 típusú grafikai processzor, így a legújabb játékok futtatása sem okozhat problémát. A nagy méretű, 5,2 colos kijelzője Full HD felbontást kapott.



Navon Infinity

A Navon remek ár-érték arányú okostelefonja 5,3 colos kijelzőt kapott, amely 1280 × 720 pixel felbontásával minden vizuális tartalomhoz remek élményt kínál. A megfelelő fotók készítéséről a 13 MP-es duál és az 5 MP-es kamera gondoskodik, amellyel remek videofelvételek is készíthetők. A Quad-Core 1,3 GHz-es processzort 2 GB RAM memória támogatja, hogy az alkalmazások is problémamentesen fussanak. A telefonon Android 6.0 Nougat operációs rendszer van.

HDR fotó

Nagy dinamikatartományú kép. A kamera egymás után több fotót készít, nagyon rövid időn belül. Ezután a szoftver minden képből kiválogatja a legjobb pixeleket, és ezekből állítja össze a HDR fotót.

HotKnot

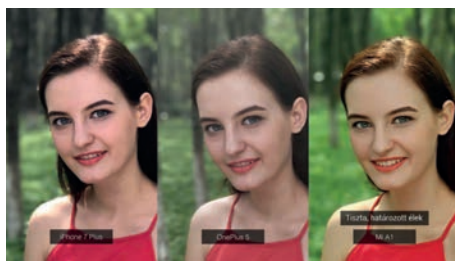
A HotKnot egy új adatátviteli technológia. Képernyőn keresztüli adatátvitelt jelent, csak össze kell érinteni a két telefont, és a fotók, videók egyéb tartalmak átkerülnek egyikről a másikra.

A pletyka igaz A Xiaomi Mi A1 megérkezett

MÁSKÉNT LÁTJA A VILÁGOT
Kettős kamera rendszer DSLR
funkcióval



Különböző helyzetben is kiválóan teljesít, mind gyenge fénynél, mind erős fénynél. A dupla kamera és a HDR funkció ötvözésével mindig a legjobbat hozza ki a képből.



Teljes fém ház, mint azt megszokhattuk, nagyon vékony és könnyű a telefon, amit a kisebb mégis nagy teljesítményű akkumulátor tesz lehetővé.



Széles látószögű kamera

12MP 1.25µm f/2.2
26mm ekvivalens gyújtótávolság
5 darab lencse
Két tónusú LED vaku

Teleobjektív kamera

12MP 1.0 µm, f/2.6
50mm ekvivalens gyújtótávolság
5 darab lencse
2x optikai zoom
PDAF fázisú fókusz
Alacsony fényerősségű fotózás
HDR állíthatóság
Panoráma mód
Folyamatos felvételi mód
Arcfelismerő funkció

Elülső kamera

5MP 1.12µm, f/2
Szépítsen 36 intelligens
szépségprofilal
Selfie időzítő
Arcfelismerés

WayteQ Europe Kft.
1097 Budapest, Gubacsi út 6.
www.wayteq.eu





Sony Xperia XZ1

Egyszerre szuperlassú és szupergyors a Sony kamerája, ahova a gyártó a fejlesztéseit összpontosította. A szuperlassítás funkcióval ugyanis drámaian lassú hatású videofelvételek készíthetők, míg a prediktív rögzítés során a kamera automatikusan észleli, ha valami váratlan történik, és önmagától megőrökíti a mozdulatot. Az 5,2 colos kijelző HDR felbontású, ami első sorban filmnézésnél lehet előny.



Xiaomi Mi A1

A dizájnt illetően ezúttal is jelést érdemel a márka. A mindössze 7,3 mm vastag modellben egy ötlencsés, széles látószögű 12 MP kamera kapott helyet, no meg egy szintén 12 MP-es teleobjektív-kamera is, így akár HDR fotók is készíthetők a telefonokkal. Az 5,5 colos kijelző Full HD felbontású, fényereje pedig 450 nit, így erős napsütésben is tükröződésmentes marad. A teljesítményről az Octa-core Snapdragon 625 processzor és a 4 GB RAM gondoskodik.



Samsung Galaxy Note8

Nem spórolt a kijelző méretén a Samsung: a 6,3 colos QHD felbontású modellje kétségtelenül kiváló vizuális élményt tud nyújtani, de kényelmi szempontokból nem szerencsés választás. Filmeket nézni azonban élvezetes rajta, amihez a 18,5:9-es képarányú Infinity Display is hozzájárul. A 10 nm processzornak és a 6 GB RAM-nak köszönhetően az alkalmazások futtatásával egész biztosan nem lesz probléma. A kreatív és gyors kommunikációért az S Pen felel, amivel akár saját hangulatjelek is rajzolhatók.



Xiaomi Redmi 4X

Az egyre jobban csengő márka ezúttal is kiváló ár-érték arányú készüléket adott. Az 5 colos kijelző 1280 × 720 pixel felbontású és erős napsütésben is remekül látható. Az alkalmazások zökkenőmentes futtatásáról Qualcomm Snapdragon processzor, valamint a 2 GB RAM memória gondoskodik. Külön érdeme, hogy egy hatalmas, 4100 mAh akkumulátort is tartalmaz, amely akár kétnapos használatot is lehetővé tesz.

OTG

Az OTG segítségével csatlakoztathatunk egeret, pen drive-ot vagy külső vincsesztert az okostelefonra. Magát a funkciót az Android operációs rendszer biztosítja. Feltéve, hogy legalább 4.0 verziójú, és a telefonba OTG-képes USB-vezérlő van beépítve.

Smart Sense

A Smart Sense érintés nélküli vezérlést jelent, ami magába foglalja a gesztusvezérlést és a mozdulatvezérlést is.



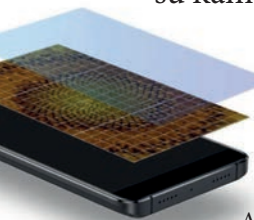
MINDENT TUD, AMIT A NAGYOK

INFINITY



Az okos telefonok rohamléptékű fejlődése a felhasználói igényekben is megjelenik, így a vásárlók manapság már egyre komolyabb elvárásokat támasztanak a készülékekkel szemben. Gyors processzor, nagy felbontású kamera, hosszú üzemidő, speciális funkciók és sorolhatnánk.

A Navon Infinity pedig eleget tesz ezeknek az elvárásoknak és ráadásul még jól is néz ki.



A Navon zászlóshajó modellje, az Infinity egy igen jól átgondolt modell, amely optimális választást kínál a vásárlóknak. A készülék technikai jellemzői és funkció kínálata mindenben megfelel az okostelefonok leggyakoribb felhasználási területeit aktuálisan jellemző igényeknek, ugyanakkor széles vásárlói rétegek számára nyújt elérhető alternatívát. A 4 magos 1.3 Ghz processzor megbízható teljesítményt garantál, a 2 GB RAM, a 16 GB belső memória, amely akár 128 GB-os micro SD vel is bővíthető pedig megfelelő nagyságú kapacitást biztosít a telefon által nyújtott lehetőségek kihasználásához. Az Android 7.0 Nougat operációs rendszerrel rendelkező készülék vékony kávéjú 5,3" méretű kapacitív IPS kijelzőt kapott, amely 1280 x 720 pixeles HD felbontásra képes, így a vizuális tartalmak megjelenítése vagy éppen a 13 MP-es duál hátlapi , illetve 5 MP-es másodlagos kamerával készített fotók nézegetése sem okozhat csalódást. Az In-cell kijelző pedig még érzékenyebben és még pontosabban reagál az érintésekre, mint a hagyományos készülékek. A teljesítményhez magától értetődően megfelelő áramforrás is tartozik, a 2850mAh akkumulátor akár 12 óra beszélgetést, 8 óra filmnézést vagy 25 óra zenehallgatást is lehetővé tesz. Az igen könnyű 136 grammos modellben pedig még olyan speciális megoldások is helyet kaptak, mint a dual slim, vagy éppen az ujjlenyomat-olvasó funkció.



NAVON

A VASON TÚL



Egy termék funkcionalitását, a „vas” kínálta lehetőségek kihasználását, vagy akár csak a felhasználói élményt nagyban befolyásolhatja az adott készülék kiegészítője. Nem mindegy ezért az sem, hogy a tartozékok területén milyen trendek uralkodnak, merre megy a piac. A témáról a Hama ügyvezető igazgatóját, Prohászka Ottót és a cég értékesítési vezetőjét, Falus Lászlót kérdeztük.

Egy olyan szerteágazó választék esetében, mint amivel a Hama is rendelkezik, fontos lehet nemcsak az aktuális trendeket ismerni, de egy kicsit még annál is tovább látni. Önök szerint mely területek számíthatnak nagyobb érdeklődésre a következő években?

P. O.: A kiegészítőkínálatot alapvetően a készüléktrendek határozzák meg, hiszen addig nem lehet kiegészítőt gyártani, amíg nincs mihez. Persze igyekszünk azért előre felkészülni, és a központunkban 200 termékmenedzser dolgozik, akik folyamatosan járják a világ meghatározó szakkiállításait annak érdekében, hogy a trendekről képet kapjanak. Az újdonságok egy része beépül a mindennapokba, egy része pedig eltűnik. Azt viszont a piac dönti el, hogy mi milyen sorsra jut. Mi most úgy látjuk, hogy a robotika ígéretes terület, különösen Európában, de jósolni még korai lenne ezzel kapcsolatban is.

F. L.: A siker vonatkozásában sokat számít a technológia mellett a kommunikáció is. Itt most nem elsősorban a márkaüzenetekre gondolok, hanem az új termékkategóriák bevezetésére. Napjainkban sokszor megelőzi a termék az igényt, és a fogyasztónak el kell mondani, meg kell magyarázni, hogy adott készülék mire jó, miért hasznos.

A legújabb termékeknél szinte minden termékkörben megjelent már az „okos” funkcionalitás. A „felokosítást” szolgáló tartozékokban milyen lehetőségeket látnak?

F. L.: A jövő még nem tiszta. Valójában még az sem egyértelmű, hogy mit nevezünk okosnak, hogy hol húzzuk meg a határt a távirányítás opciók és többletfunkció között.



Prohászka Ottó

Az pedig tovább nehezíti a helyzetet, hogy a smart manapság hívó szónak számít, ezért minden okos, az is, ami igazából nem ad pluszt. Ettől eltekintve számunkra is fontos ez a szegmens, és a kínálatban biztosan egyre nagyobb teret kap, amit az is mutat, hogy az idei IFA-n Amazon Alexa megoldásokat is bemutattunk.

P. O.: A biztonsággal, energiamegtakarítással összefüggő termékek egészen biztosan kiaknázható potenciált jelentenek majd számunkra is. Ahogyan az is biztos, hogy az okostermékeknek is lesznek kiegészítői. Soha nem adtunk el annyi kábelt, mint amióta a wireless technológiák népszerűvé váltak, hiszen minden vezetékek nélkül megoldáshoz kell legalább egy kábel. Ez a logika valószínűleg az okostermékeknél is működik majd, de a készülékek védelemre is szükség lesz, ami a Hama esetében szintén lehetőségeket hordoz magában.

Jelenleg mely termékkörök fejlődnek a leginkább, és melyek azok, ahol visszaesés tapasztalható?

P. O.: Valójában nehéz objektívan megítélni ezt, mert a piacon igen jelentős a növekedés, így mi például minden termékkategóriában növekedni tudtunk. Az azért látszik, hogy a tablet stagnál, sőt inkább leszálló ágra került, és ha nem történik valamilyen jelentős változás, akkor akár az is megeshet, hogy eltűnik a piacról. A fotó a kompakt szegmens kiesésével viszonylag stabilná vált, de nem növekszik. Várhatóan csak a márkák részesedésének alakulása mozgatja majd a területet, bővülésre azonban nem igazán lehet számítani. A leginkább szárnyaló kategória pedig a gaming. Egyre nagyobb az érdeklődés ezen a területen, amit tovább erősítenek az olyan katalizáló tényezők, mint például az e-sport.

A gaming termékek vonatkozásában milyen fejlesztési irányokról beszélhetünk? Önöknél milyen újdonságokra számíthatunk ebben a kategóriában?

F. L.: Az egyre növekvő igények egyre jobb készülékeket eredményeznek tudásban és minőségben is. Illetve a dizájn területén is láthatunk újításokat. Nem kizárt például, hogy a domináns fekete mellett hamarosan újabb árnyalatok is megjelennek ebben a szegmensben, aminek színvilága egyébként a terület népszerűsége miatt már a nem gaming modellekben is vissza-visszaköszön. A mi választékunk alakulását is ezek a trendek formálják, így idén megjelenik a kínálatunkban az IFA-n bemutatott cserélhető előlap-kollekcióval rendelkező „dizájn”egér, a Urage Morph, valamint a közeljövőben mechanikus billentyűzettel és hangszóróval is bővítjük a Urage választékot.

Az egyik legnagyobb piaci kínálattal a fej- és fülhallgatóknál találkozhatunk. Mi ennek az oka, indokolják ezt a modellek közötti különbségek?

P. O.: Nemcsak a kínálat széles, hanem a kereslet is. Nem véletlen, hogy egyre nagyobb felületen jelennek meg az üzletekben ezek a termékek, a felhasználói tömeg ugyanis többszörösére nőtt az elmúlt években. Ennek hátterében az életstílus-változás áll. Míg korábban a zenehallgatás többé-kevésbé helyhez kötött volt, manapság már tulajdonképpen bármilyen audio tartalom bármikor és bárhol elérhető, így mára a telefon vált az a zenehallgatás elsődleges eszközévé. Ebből következően a fej- és fülhallgatók kereslete is jelentősen megnőtt. A kínálat sokszínűsége is erre vezethető vissza, mivel a felhasználás körülményei a készülékek jellemzőit is befolyásolják. Fontos szempont lehet a választásnál, hogy sportoláshoz alkalmas-e a modell, különbséget jelent, hogy a kivitel wireless vagy kábeles, de szerepe lehet annak is, hogy van-e a készülékben zajszűrő funkció, vagy hogy milyen az alakja a fülesnek, milyen komfortot biztosít, és persze az sem mindegy, hogy fej- vagy fülhallgatóról van szó. Bár ez utóbbi mostanság már nem a „vagy-vagy”, hanem inkább a „mikor melyik” kategóriába sorolható szempont. Még tovább diverzifikálja a kínálatot a dizájn, a színek, a divat és az árak. Ennek ellenére úgy gondolom, hogy vannak



a kínálatnak olyan részei is, amelyek már nem indokoltak, ezért a piac várhatóan konszolidálódni fog a jövőben.

Önök milyen készülékekkel vannak jelen ebben a szegmensben? Hogyan lehet a versenyképességet fokozni ebben a kategóriában?

F. L.: A Hama modellek mellett Thomson és Jabra készülékek szerepelnek a választékunkban. Jelenleg a Hama és a Thomson márkákkal elsősorban az alsó középkategóriában kínálunk termékeket, és egy-két termékkel vagyunk jelen a felsőbb szegmensekben. A közeljövőben azonban szeretnénk megjeleníteni olyan készülékekkel is, amelyek a magasabb kategóriához tartoznak. Ennek első lépéseként kerültek a választékba a Thomson zajszűrős modelljei is, amelyekből a fülbe dugható változat a zajszűrő mérete miatt kifejezetten különlegesnek számít. 2018-ban pedig további Thomson-újdonságokat is bevezetünk. A Jabra pedig abszolút „A” brand, amely a bluetooth szegmensben a közép- és felső kategóriához tartozik. Az Elite Sport például egy true wireless modell, vagyis a két fül közötti kapcsolatot is vezeték nélkül hozza létre, és olyan funkciók is találhatók benne, mint a külső zajok átengedése vagy a pulzusz mérés. A Jabra kapcsán ezért a jövőben a márkaépítésre fókuszálunk, amit olyan készülékek is támogatnak majd, mint a 2018-ban bevezetésre kerülő Sport Stereo head-set modell. A versenyképesség fokozását illetően pedig a technikai tudás mellett egyre fontosabb a dizájn is, ami nemcsak a készülékek esetében, de már a csomagolás tekintetében is jelentőséggel bír.

Hogyan készülnek a karácsonyi szezonra? Mely területekre fókuszálnak?

F. L.: A gaming és így az Urage kínálatunk biztosan kiemelt figyelmet kap nálunk a karácsonyi szezonban, de a korábban említett újdonságok is, mint a Jabra true wireless fülhallgató, vagy a Thomson zajszűrős modelljei is szerephez jutnak majd, illetve olyan specialitásokra is hangsúlyt fektetünk, mint a dizájntrendeket is megjelenítő kiegészítő kábelek.

AZ EMBER AZT GONDOLNÁ, HOGY HA DÜBÖRÖG A PIAC, AKKOR TÚL NAGY BAJ NEM LEHET. A HELYZET VISZONT AZ, HOGY PROBLÉMA ILYENKOR IS AKAD, CSAK NINCS ANNYIRA KIRAKATBAN. NINCS PÉLDÁUL MINDEN RENDBEN A MUNKAERŐVEL. A SZAKTUDÁS ÉS A SZELLEMI KÉPESSÉGEK HIÁNYÁNAK IDEGŐRLŐ KÖVETKEZMÉNYEIN MÁR RÁGÓDTAM KORÁBBAN, S BÁR A TÉMA SAJNOS KIMERÍTHETETLEN, MOST MÉGIS INKÁBB A TOBORZÁS OLDALÁRÓL KÖZELÍTEM MEG A MUNKAERŐ KÉRDÉSÉT. DE EZ SEM SOKKAL FELEMELŐBB.

Jegyzet

A piac mostanság igencsak dübörög, nem nagyon lehet ok panaszra a keresletet illetően, még az átlagárak is felfelé kúsznak, és ennek megfelelően a piaci szereplők zöme eredményes, forgalmuk növekszik, sőt furamód a profitabilitás is javulgat. A fogyasztás fokozódása miatt a növekedés elsősorban organikus, de az online kereskedelem növekedésével a változásnak strukturális összetevői is vannak. Mindez pedig azt eredményezi, hogy lehetőség és igény is van a szervezeti fejlesztésre, de hogy ne legyünk ennyire tudományosak, mondjuk úgy, hogy új alkalmazottakra van szükség. A munkaerőpiacon viszont nagyobb a kereslet, mint a kínálat, ebből pedig számos nehézség származik. Az első, hogy nincs megfelelő mennyiségű munkaerő. Ezt ne is nagyon ragozzuk, ráérünk akkor foglalkozni vele, amikor a területi képviselő már kénytelen lesz alkalomadtán javítási munkákat is ellátni, az értékesítési vezető pedig beáll a pultba. Viszont attól, hogy munkaerőhiány van, kényszerpályára kerülünk. Vagy szétdobjuk a feladatokat a munkatársak között, ami mellett, hogy túlterheltséghez és így idővel minőségromláshoz vezet, azért sem a legjobb, mert nincs mögötte szakértelem, de még tapasztalat sem. A másik megoldás, hogy lejjebb adunk a munkaerővel kapcsolatos elvárásainkból, ami szintén nem ígér sok jót minőség tekintetében. Bár mindkét megoldásra akad példa a szakmában, egyik sem működik igazán, így hát azért a legtöbben tovább keresgélnek. Mivel viszont nem nagyon lehet válogatni, végül mégiscsak munkaerő-anomáliák alkalmazására kerül sor. Rendellenesség két módon is felléphet, egyrészt a képességek tekintetében maradhatnak ki nem elégített kívá-



Szalai Dávid

nalmak, másrészt a bérek vonatkozásban fordulhatnak elő aránytalanságok. Van olyan, amikor a jelentkezők papíron rendben vannak, de próbaidő alatt azért kiderül, hogy mégsem minden papsajt, és kandidáló füstje nagyobb volt, mint a lángja. Ez még a szerencsésebb eset, mert előfordulhat, hogy erre nem derül fény. Így jönnek létre a lebegők. Ők azok, akik a szervezet felszínén lebegnek, és úgy tűnik, mintha csinálnának valamit, de valójában tevékenységük többnyire a létezésben merül ki. Semmit csinálni viszont csak úgy lehet hatékonyan, ha megfelelően játszod el, hogy dolgozol. Erre a legjobb módszer, ha mások munkájába kontárkodsz bele, mert ettől fog úgy tűni, mintha te is dolgoznál. Továbbá megfelelően sok időt kell eltölteni a munkahelyeden, hogy a látszat még működőképesebb legyen. (Most próbáljunk meg nem ránézni arra, aki cégünkönél pontosan ezt csinálja.) Aztán van az a típusú kolléga, akire vezessük be a „fluktuátor” fogalmát. Ő az, akiről még az sem derül ki, hogy valójában milyen munkaerő lenne, ugyanis ilyen-olyan okokból, de nem marad túl sokáig sehol. Ennek is megvan a maga előnye. Régebben ugyanis komoly fejtörést okozott a munkaadónak, hogy a munkatársak képzésének gyümölcsét esetleg máshol aratják le. Ez a dilemma szerencsére megoldódott ebben az esetben, hiszen ez a típus nincs annyi ideig egyetlen helyen sem, hogy képezni lehessen. De közelítsük meg a kérdést a bérek szempontjából is! Az odáig rendben van, hogy egy keresleti piacon az árak magasabbak, vagyis a munkaerőhiány felfelé nyomja a bérigényeket. De manapság sokszor erős nyugtatóra is szükség lehet a felvételi elbeszélgetéseken a fizetési elvárások kapcsán. Sokszor az ember egyből dob egy hátast, hogy miért annyi az annyi, de akkor különösen sűrűn kapkod levegő után, amikor a fizetési igény nincs összhangban sem a képesítéssel, sem a képességekkel, de még csak a betöltendő pozícióval sem. Ez pedig nem is ritka. Előfordulhat azonban, hogy bármilyen túlzó is költségoldalról a jelölt alkalmazása, mégis megfontolandó a dolog. A jó szakembert ugyanis érdemes megfizetni, és egyáltalán nem kidobott pénz, ha meg is tesszük, ráadásul napjainkban egy alkalmasnak ígérkező jelöltet elengedni rosszabb érzés, mint ász párt eldobni a pókerben. De azért nem árt észnél lenni még ennek ellenére sem. A nagyon eltérő fizetések ugyanis okozhatnak problémákat. Persze csak ha kiderül. De kiderül. Bár alapvetően a fizetés mindenki magánügye, de hol nem tudják, vagy pletykálják az emberek, hogy ki mennyit keres? Szóval kiderül, és ha kiderül, akkor az a kérdés, hogy a lojális, hosszú évek óta a cégnél gürcölő kolléga mit is szól ahhoz, hogy a hasonló munkakörben tevékenykedő új jövevény többet keres, mint ő. Mit szólna? Tapsol és örül, hogy a cége végre gyarapodott egy rátermett munkatárssal, akivel együtt tolhatják a vállalat szekerét a piac göröngyös útjain. Csak ez lehet. Viszont ha az egyéni érdek valami érthetetlen okból mégis a vállalati öntudat fölé tud kerekedni, akkor még az is megtörténhet, hogy lehet megint új kollégát keresni. Annál meg manapság nincs is egyszerűbb, mint látjuk.



PIACI ÚTMUTATÓ

FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

AEG		AEG		AEG		AEG		AEG	
	L61060TLE		L61260TLE		L71260TL		L74272TLE		L78370TLE
MODELL									
ENERGIAOSZTÁLY	A++		A++		A+++		A+++		A+++ -10%
TÖLTŐSÚLY (KG)	6		6		6		7		7
MAX. CENTRIFUGA	1000		1200		1300		1200		1300
SENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
GYORSMOSÁS (PERC)	20		20		20		20		20
INDÍTÁSKÉPLELTETÉS	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)	57		57		57		67		47
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)	74		76		76		76		79

AEG		BOSCH		CANDY		CANDY		CANDY	
	L88560TLE1		WOT24457BY		CLT 260L-S		CVFT G384TM		CVST G372DM
MODELL									
ENERGIAOSZTÁLY	A+++ -20%		A+++		A++		A+++ -10%		A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6		7		6		8		7
MAX. CENTRIFUGA	1500		1200		1000		1400		1200
SENZOR TECHNOLÓGIA	IGEN		IGEN		NEM		N.A.		N.A.
GYORSMOSÁS (PERC)	20		15		N.A.		14		14
INDÍTÁSKÉPLELTETÉS	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)	47		59		61		52		61
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)	77		76		76		78		77

CANDY		ELECTROLUX		ELECTROLUX		ELECTROLUX		ELECTROLUX	
	CST G362D		EWT1264ILW		EWT1266EVW		EWT1274ELW		EWT1276ELW
MODELL									
ENERGIAOSZTÁLY	A+++		A+++		A+++ -10%		A+++		A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)	6		6		6		7		7
MAX. CENTRIFUGA	1200		1200		1200		1200		1200
SENZOR TECHNOLÓGIA	N.A.		NEM		IGEN		NEM		NEM
GYORSMOSÁS (PERC)	14		30		IGEN		30		30
INDÍTÁSKÉPLELTETÉS	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)	61		57		51		57		57
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)	77		76		76		76		76

ELECTROLUX		INDESIT		INDESIT		INDESIT		INDESIT	
	EWT1376HGW		ITW A 61052 W		ITW D 61053 W		ITW D 61252 W		ITWA 51051 W
MODELL									
ENERGIAOSZTÁLY	A+++ -10%		A++		A+++		A++		A+
TÖLTŐSÚLY (KG)	7		6		6		6		5
MAX. CENTRIFUGA	1300		1000		1000		1200		1000
SENZOR TECHNOLÓGIA	NEM		NEM		NEM		NEM		NEM
GYORSMOSÁS (PERC)	IGEN		15		IGEN		IGEN		15
INDÍTÁSKÉPLELTETÉS	IGEN		IGEN		N.A.		N.A.		NEM
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)	51		59		59		76		59
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)	79		75		75		76		76

	INDESIT		INDESIT		MIELE		MIELE		MIELE	
MODELL		ITWA 51052 W		ITWE 71252 W		W 194		W 668 F WCS		W 695 F WPM
ENERGIAOSZTÁLY		A++		A++		A+++		A+++		A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)		5		7		6		6		6
MAX. CENTRIFUGA		1000		1200		1200		1200		1400
SZENZOR TECHNOLÓGIA		NEM		NEM		IGEN		IGEN		IGEN
GYORSMOSÁS (PERC)		15		N.A.		20		20		20
INDÍTÁSKÉSELTETÉS		IGEN		IGEN		N.A.		N.A.		IGEN
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)		59		59		49		49		47
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)		76		76		72		72		71

	WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL	
MODELL		TDLR 60112		TDLR 60210		TDLR 60220		TDLR 60230		TDLR 65210
ENERGIAOSZTÁLY		A+++ -10%		A+++ -10%		A+++ -20%		A+++ -10%		A+++ -10%
TÖLTŐSÚLY (KG)		6		6		6		6		6,5
MAX. CENTRIFUGA		1000		1200		1200		1200		1200
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
GYORSMOSÁS (PERC)		30		30		30		30		30
INDÍTÁSKÉSELTETÉS		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)		59		59		54		51		59
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)		75		76		76		71		76

	WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL	
MODELL		TDLR 65220		TDLR 65230		TDLR 65231		TDLR 70220		TDLR 70230
ENERGIAOSZTÁLY		A+++ -20%		A+++ -10%		A+++ -20%		A+++		A+++
TÖLTŐSÚLY (KG)		6,5		6,5		6,5		7		7
MAX. CENTRIFUGA		1200		1200		1200		1200		1200
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
GYORSMOSÁS (PERC)		30		30		30		30		30
INDÍTÁSKÉSELTETÉS		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)		54		51		48		54		49
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)		76		72		71		76		71

	ZANUSSI		ZANUSSI		ZANUSSI		ZANUSSI		ZANUSSI	
MODELL		ZWQ61014WA		ZWQ61025WI		ZWQ61215WA		ZWQ61225WA		ZWQ61225WI
ENERGIAOSZTÁLY		A++		A++		A++		A+++		A++
TÖLTŐSÚLY (KG)		6		6		6		6		6
MAX. CENTRIFUGA		1000		1000		1200		1200		1200
SZENZOR TECHNOLÓGIA		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
GYORSMOSÁS (PERC)		20		20		20		20		20
INDÍTÁSKÉSELTETÉS		IGEN		NEM		IGEN		IGEN		NEM
MOSÁSI ZAJSZINT (DBA)		58		57		58		58		57
CENTRIFUGA ZAJSZINT (DBA)		75		74		78		77		76

FELÜLTÖLTŐS MOSÓGÉPEK

PIACI ÚTMUTATÓ

ELEKTROMOS TŰZHELYEK

AEG



47036IU-MN

MODELL	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	72
SÜTŐFUNKCIÓK	9
GRILL	IGEN
TISZTÍTÁS	HAGYOMÁNYOS
FŐZŐLAP TÍPUSA	INDUKCIÓS
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4
BOOSTER FUNKCIÓ	IGEN

AEG



47056VS-MN

A	
72	
8	
IGEN	
HAGYOMÁNYOS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

AEG



47056VS-WN

A	
72	
8	
IGEN	
HAGYOMÁNYOS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

AMICA



55353

A	
62	
8	
IGEN	
GŐZ	
KERÁMIA	
4	
NEM	

AMICA



55706

A	
65	
10	
IGEN	
HAGYOMÁNYOS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

AMICA



55729

MODELL	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	66
SÜTŐFUNKCIÓK	8
GRILL	IGEN
TISZTÍTÁS	HAGYOMÁNYOS
FŐZŐLAP TÍPUSA	KERÁMIA
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4
BOOSTER FUNKCIÓ	NEM

AMICA



514IES3.319TS-DPHBJQ(XXL)

A	
66	
10	
IGEN	
N.A.	
INDUKCIÓS	
4	
IGEN	

AMICA



58CE3 30HTA(XV)

A	
62	
10	
IGEN	
GŐZ	
KERÁMIA	
4	
NEM	

BEKO



CSM 57300 GX

A	
55	
7	
IGEN	
GŐZ	
INDUKCIÓS	
4	
NEM	

BEKO



CSM 67301 GW

A	
65	
8	
IGEN	
GŐZ	
KERÁMIA	
4	
NEM	

BEKO



CSS 57100 GW

MODELL	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	60
SÜTŐFUNKCIÓK	4
GRILL	IGEN
TISZTÍTÁS	GŐZ
FŐZŐLAP TÍPUSA	KERÁMIA
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4
BOOSTER FUNKCIÓ	NEM

BEKO



FSM67300GWS

A	
65	
8	
IGEN	
GŐZ	
KERÁMIA	
4	
NEM	

BOSCH



HCA744350

A	
66	
8	
IGEN	
KATALITIKUS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

ELECTROLUX



EKC525500X

A	
54	
6	
IGEN	
HAGYOMÁNYOS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

ELECTROLUX



EKC545520K

A	
57	
8	
IGEN	
KATALITIKUS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

ELECTROLUX



EKC545520X

MODELL	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	57
SÜTŐFUNKCIÓK	9
GRILL	IGEN
TISZTÍTÁS	KATALITIKUS
FŐZŐLAP TÍPUSA	KERÁMIA
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4
BOOSTER FUNKCIÓ	NEM

ELECTROLUX



EKI545500X

A	
57	
9	
IGEN	
KATALITIKUS	
INDUKCIÓS	
4	
NEM	

GOENJE



CS615GI

A	
49	
6	
NEM	
HAGYOMÁNYOS	
KERÁMIA	
4	
NEM	

GOENJE



CS816MW

A	
48	
7	
IGEN	
AQUACLEAN	
KERÁMIA	
4	
NEM	

GOENJE



EC5341SG

A	
70	
9	
IGEN	
AQUACLEAN	
KERÁMIA	
4	
NEM	

	GORENJE		GORENJE		GORENJE		GORENJE		GORENJE	
MODELL	EC5341WG		EC5351WA		EC5351XA		EC55203AW		EC6565XPA	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A		A		A		A		A+	
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	70		70		70		49		65	
SÜTŐFUNKCIÓK	9		11		11		5		11	
GRILL	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
TISZTÍTÁS	AQUACLEAN		AQUACLEAN		AQUACLEAN		AQUACLEAN		AQUACLEAN	
FŐZŐLAP TÍPUSA	KERÁMIA		KERÁMIA		KERÁMIA		KERÁMIA		KERÁMIA	
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4		4		4		4		4	
BOOSTER FUNKCIÓ	NEM		NEM		NEM		NEM		NEM	

	GORENJE		GORENJE		GORENJE		HANSA		INDESIT	
MODELL	EI57337AX		EIT5355XPD		EIT6351XPD		FCCB 54000		I5V7H6A(X)/EU	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A		A		A		A++		A	
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	59		70		65		69		60	
SÜTŐFUNKCIÓK	9		11		11		3		8	
GRILL	IGEN		IGEN		IGEN		NEM		IGEN	
TISZTÍTÁS	AQUACLEAN		AQUACLEAN		AQUACLEAN		HAGYOMÁNYOS		STEAM CLEANING	
FŐZŐLAP TÍPUSA	INDUKCIÓS		INDUKCIÓS		INDUKCIÓS		KERÁMIA		KERÁMIA	
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4		4		4		4		4	
BOOSTER FUNKCIÓ	NEM		NEM		NEM		NEM		NEM	

	INDESIT		SMEG		SMEG		WHIRLPOOL		WHIRLPOOL	
MODELL	I6V6C1A(X)/FR		C668CMP9		TR90IX		ACWT 5V331/IX		ACWT 5V331/WH	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A		A		B		A		A	
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	60		72		115		57		60	
SÜTŐFUNKCIÓK	5		9		8		8		8	
GRILL	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
TISZTÍTÁS	KATALITIKUS		GŐZ		GŐZ		KATALITIKUS		KATALITIKUS	
FŐZŐLAP TÍPUSA	KERÁMIA		KERÁMIA		INDUKCIÓS		KERÁMIA		KERÁMIA	
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4		4		5		4		4	
BOOSTER FUNKCIÓ	NEM		NEM		NEM		IGEN		NEM	

	WHIRLPOOL		WHIRLPOOL		ZANUSSI		ZANUSSI		ZANUSSI	
MODELL	AXEF 6634/IX/1		AXMT 6534/IX/1		ZCV540G1WA		ZCV550G1WA		ZCV550G1XA	
ENERGIAHATÉKONYSÁG	A		A		A		A		A	
SÜTŐTÉRFOGAT (L)	57		57		56		54		54	
SÜTŐFUNKCIÓK	8		8		4		5		5	
GRILL	IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN	
TISZTÍTÁS	PIROLITIKUS		PIROLITIKUS		HAGYOMÁNYOS		HAGYOMÁNYOS		HAGYOMÁNYOS	
FŐZŐLAP TÍPUSA	INDUKCIÓS		KERÁMIA		KERÁMIA		KERÁMIA		KERÁMIA	
FŐZŐZÓNÁK SZÁMA	4		4		4		4		4	
BOOSTER FUNKCIÓ	IGEN		NEM		NEM		NEM		NEM	

PIACI ÚTMUTATÓ

OKOSTELEFONOK

ACER



LIQUID Z6 PLUS

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE (COL)	5,5
KIJELZŐ FELBONTÁSA	1920X1080
DUAL PIXEL	NEM
ELŐLAPI KAMERA (MP)	N.A.
HÁTSÓ KAMERA (MP)	13
PROCESSZOR	NÉGYMAGOS 1,3 GHZ
RAM	3
UJJLENYOMAT-OLVASÓ	IGEN
AKKUMULÁTOR (MAH)	4080
SÚLY (G)	170

ALCATEL



A3

5
1280X720
NEM
13
5
N.A.
1,5
IGEN
2460
N.A.

ALCATEL



A5 LED

5,2
1280X720
NEM
5
8
N.A.
2
IGEN
2800
N.A.

APPLE



IPHONE 7

4,7
1334 X 750
NEM
7
12
N.A.
N.A.
N.A.
N.A.
138

APPLE



IPHONE 7 PLUS

5,5
1920X1080
IGEN
7
12+12
N.A.
N.A.
N.A.
N.A.
188

ARCHOS



55

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE (COL)	5,5
KIJELZŐ FELBONTÁSA	1920X1080
DUAL PIXEL	NEM
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTSÓ KAMERA (MP)	16
PROCESSZOR	NYOLCMAGOS 1,4 GHZ
RAM	4
UJJLENYOMAT-OLVASÓ	NEM
AKKUMULÁTOR (MAH)	3200
SÚLY (G)	184

ASUS



ZENFONE 3 MAX

5,5
1920X1080
NEM
8
13
NYOLCMAGOS 1,4 GHZ
3
IGEN
4100
175

ASUS



ZENFONE GO

5,5
1280X720
IGEN
0,3
2+8
NÉGYMAGOS 1,2GHZ
1
NEM
2070
125

ASUS



ZENFONE ZOOM S

5,5
1920X1080
NEM
13
12
NYOLCMAGOS 2,0 GHZ
4
IGEN
5000
170

BLACKBERRY



DTEK50

5,2
1920X1080
NEM
8
13
NYOLCMAGOS 1,5 GHZ
3
NEM
2610
135

HOMTOM



HT17 PRO

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE (COL)	5,5
KIJELZŐ FELBONTÁSA	720 X 1280
DUAL PIXEL	NEM
ELŐLAPI KAMERA (MP)	5
HÁTSÓ KAMERA (MP)	13
PROCESSZOR	NÉGYMAGOS
RAM	2
UJJLENYOMAT-OLVASÓ	NEM
AKKUMULÁTOR (MAH)	3000
SÚLY (G)	150

HTC



U PLAY

5,2
1920X1080
NEM
16
16
NYOLCMAGOS 1,4 GHZ
4
IGEN
2500
145

HTC



U ULTRA

5,7
2560X1440
NEM
12
16
NÉGYMAGOS 2,15GHZ
4
IGEN
3000
170

HTC



U11

5,5
2560X1440
NEM
12
16
NYOLCMAGOS 2,45 GHZ
6
IGEN
3000
169

HUAWEI



MATE 8

6
1920X1080
NEM
N.A.
16
NYOLCMAGOS 2,3 GHZ
3
IGEN
4000
185

HUAWEI



MATE 9

MODELL	
KIJELZŐ MÉRETE (COL)	5,9
KIJELZŐ FELBONTÁSA	1920X1080
DUAL PIXEL	IGEN
ELŐLAPI KAMERA (MP)	8
HÁTSÓ KAMERA (MP)	12+20
PROCESSZOR	NYOLCMAGOS 2,4 GHZ
RAM	4
UJJLENYOMAT-OLVASÓ	IGEN
AKKUMULÁTOR (MAH)	4000
SÚLY (G)	190

HUAWEI



P10

5,1
1920X1080
IGEN
8
12+20
NYOLCMAGOS 2,4 GHZ
4
IGEN
3200
N.A.

HUAWEI



P9 LITE

5,2
1920X1080
NEM
8
13
NÉGYMAGOS 2.0GHZ
3
NEM
3000
147

LENOVO



K6 POWER

5
1920X1080
NEM
8
13
NYOLCMAGOS 1,4 GHZ
3
NEM
4000
145

LENOVO



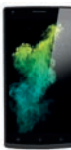
PHAB 2 PRO

6,4
2560X1440
NEM
8
16
NYOLCMAGOS
4
IGEN
4050
259

	LG		LG		MEIZU		MOTO		MOTO	
MODELL		G6		K10		MX6		G PLUS		Z
KIJELZŐ MÉRETE (COL)		5,7		5,3		5,5		5,2		5,5
KIJELZŐ FELBONTÁSA		1440X2880		720 X 1280		1920X1080		1920X1080		2560 X 1440
DUAL PIXEL		IGEN		NEM		NEM		NEM		NEM
ELŐLAPI KAMERA (MP)		5		5		5		5		5
HÁTSÓ KAMERA (MP)		13+13		13		12		12		13
PROCESSZOR		NYOLCMAGOS 2,35 GHZ		NYOLCMAGOS 1,5 GHZ		TÍZMAGOS 2,3 GHZ		NYOLCMAGOS 2,0 GHZ		NYOLCMAGOS 1,8 GHZ
RAM		4		2		4		3		4
UJJLENYOMAT-OLVASÓ		IGEN		NEM		IGEN		IGEN		IGEN
AKKUMULÁTOR (MAH)		3300		2800		3060		3000		2600
SÚLY (G)		150		143		155		155		136

	MOTO		NAVON		NAVON		NOKIA		NOKIA	
MODELL		Z PLAY		D504		M505		6		8
KIJELZŐ MÉRETE (COL)		5,5		5		5		5,5		5,3
KIJELZŐ FELBONTÁSA		1920X1080		720 X 1280		720 X 1280		1920X1080		2560X1440
DUAL PIXEL		NEM		NEM		NEM		NEM		IGEN
ELŐLAPI KAMERA (MP)		5		5		2		8		13
HÁTSÓ KAMERA (MP)		12		13		13		16		13+13
PROCESSZOR		NYOLCMAGOS 2,0 GHZ		NÉGYMAGOS 1,3 GHZ		NÉGYMAGOS 1,1 GHZ		NYOLCMAGOS		NYOLCMAGOS 2,5 GHZ
RAM		3		1		1		4		4
UJJLENYOMAT-OLVASÓ		IGEN		NEM		NEM		IGEN		IGEN
AKKUMULÁTOR (MAH)		3510		2300		2500		3000		3090
SÚLY (G)		165		139		123		N.A.		N.A.

	SAMSUNG		SAMSUNG		SAMSUNG		SAMSUNG		SAMSUNG	
MODELL		GALAXY A5		GALAXY NOTES		GALAXY S7 EDGE		GALAXY S8		GALAXY S8+
KIJELZŐ MÉRETE (COL)		5,2		6,3		5,5		5,8		5,8
KIJELZŐ FELBONTÁSA		1920X1080		2560 X 1440		2560 X 1440		2960X1440		2960X1440
DUAL PIXEL		NEM		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
ELŐLAPI KAMERA (MP)		16		8		5		8		8
HÁTSÓ KAMERA (MP)		16		12+12		12+12		12+12		12+12
PROCESSZOR		NYOLCMAGOS 1,9 GHZ		NYOLCMAGOS 2,3 GHZ		NYOLCMAGOS 2,3 GHZ		NYOLCMAGOS 2,3 GHZ		NYOLCMAGOS 2,3 GHZ
RAM		3		6		4		4		4
UJJLENYOMAT-OLVASÓ		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
AKKUMULÁTOR (MAH)		3000		3300		3600		3000		3000
SÚLY (G)		159		195		157		155		155

	SENGOR		SONY		SONY		XIAOMI		XIAOMI	
MODELL		ELEMENT P5503		XPERIA XZ PREMIUM		XPERIA XZ1		MI A1		REDMI 4X
KIJELZŐ MÉRETE (COL)		5,5		5,5		5,2		5,5		5,5
KIJELZŐ FELBONTÁSA		720 X 1280		2560 X 1440		1920X1080		1920X1080		1920X1080
DUAL PIXEL		NEM		NEM		NEM		IGEN		NEM
ELŐLAPI KAMERA (MP)		2		13		13		5		5
HÁTSÓ KAMERA (MP)		8		19		19		12+12		13
PROCESSZOR		NÉGYMAGOS 1,3 GHZ		NYOLCMAGOS		NYOLCMAGOS		NYOLCMAGOS 2,0 GHZ		NÉGYMAGOS 1,4 GHZ
RAM		1		4		4		4		3
UJJLENYOMAT-OLVASÓ		NEM		IGEN		IGEN		IGEN		IGEN
AKKUMULÁTOR (MAH)		2300		3230		2700		3080		4100
SÚLY (G)		161		191		156		165		150



**KÖVETKEZŐ
SZÁMUNKBÓL**
BEÉPÍTHETŐ KÉSZÜLÉKEK
ROBOTGÉPEK ÉS TURMIXOK
DRÓNOK
GAMING ESZKÖZÖK

SZERESSEN BELE A KONYHAKIÁLLÍTÁSBA!



KONYHA
KIÁLLÍTÁS

2018. MÁRCIUS 2-3-4.
BUDAPEST SPORTARÉNA

A legjobbért csak rajongani lehet. 2018-ban kilencedik alkalommal nyílik meg a Konyhakiállítás, hogy fellépőivel – a kiváló konyhai gépekkel, páratlan konyhabútorokkal és sokoldalú kiegészítőkkel – ismét elkápráztasson mindenkit. Magyarország egyetlen tematikus konyhai rendezvénye minden elvárását felül fogja múlni. Hiszen a legfrissebb trendeket és újdonságokat kereső vásárlók mellett a viszonteladók, konyhastúdiók, lakberendezők és belsőépítészek is képviseltetik magukat ezen a kiemelkedően színvonalas eseményen.

Jelentkezzen kiállítónak a www.konyhakiallitas.hu oldalon, és találkozzon leendő ügyfeleivel!

Whirlpool

SENSING THE DIFFERENCE

Hosszan tartó frissesség és kényelem egyben!

Most a napi első nyer!

Vásároljon Whirlpool FreshCare+ mosógépet és regisztrálja, mert a nap első FreshCare+ regisztrálója ajándék sloggi fehérnemű kupont kap!*

Promóció időtartama: 2017.10.02 – 2017.11.30



Az új FreshCare+ opció frissen tartja ruháit, amikor a mosás véget ért. FreshCare+ gátolja a kellemetlen illatok terjedését még akkor is, ha a ruhát a mosás után néhány óráig a dob belsejében hagyják.

*A tájékoztatás nem teljeskörű, részletekért látogasson el a www.regisztracio.whirlpool.hu weboldalra.

AJÁNDÉK
TERMÉK
KUPON

Most minden napi első Whirlpool FreshCare+ mosógépet regisztrálónak sloggi fehérnemű kupont adunk ajándékba!

A kép csak illusztráció, kuponként nem váltható be!
Részletek és regisztrálás: www.regisztracio.whirlpool.hu

