

Подготовила студентка V курса, группы РЗС-501
Щеглова Александра
Москва 2010

LG Electronics

История развития и анализ имиджа компании



-
- **В нынешних условиях развития рыночных отношений одной из самых важных ролей для современных компаний является формирование положительного имиджа.**
 - **Имидж оказывает информационное, психологическое, эмоциональное воздействие на потребителя, соответственно манипулируя его выбором. Улучшая отношение потребителя к фирме и её продукции, позитивный имидж оказывает непосредственное влияние, как на объем продаж, так и на удовлетворенность потребителей продукцией организации. Он формирует лояльность потребителя, расширяет сферу партнерства, облегчает доступ к различным ресурсам: финансовым, информационным, человеческим, материальным. Так же имидж является одной из главных составляющих бренда.**
 - **Перед имиджем компании ставятся задачи по повышению престижа, повышение эффективности рекламы и мероприятий по продвижению товара или самой компании, повышение конкурентоспособности. Имидж компании состоит из множества элементов. Важно четко определить целевую аудиторию, создать единый фирменный стиль, проводить работу внутри коллектива.**
-



История компании. Основные этапы развития

- **История:**
- В 1958 году президент Южной Кореи Пак Чонг Хи (Pak Chong Hui) поддержал инициативу компании Luk Chemical Co, которая специализируется на производстве бытовой химии и косметических средств, создать новое предприятие по выпуску бытовой электроники. Так на свет появилась компания Gold Star (англ. золотая звезда, в настоящее время LG Electronics).
- В 1959 году GoldStar выпустила первый в Корее радиоприёмник, в 1960 первый в Корее электрический вентилятор, в 1961 первый в Корее телефон, в 1965 первый в Корее холодильник, в 1966 первый в Корее чёрно-белый телевизор, в 1969 первую в Корее стиральную машину. В 1970 году был представлен первый автоматический многокнопочный телефон. Под одноимённой *торговой маркой* и далее продолжился выпуск бытовой электроники, в то время как другие потребительские товары (такие как мыло, зубная паста) продавались под маркой Lucky.



Основана в 1958 г. как компания GoldStar



1959 первые радио Корейского производства



LG Group

- В **1994** году компания **Goldstar**, входящая в состав **Lucky Group**, приобретает **57 % акций американской телевизионной компании Zenith Electronics**, фактически лишив США последнего производителя телевизионной техники, и **3 % акций американской компании 3DO Corporation**, а также заключает контракт с **IBM**. Инженеры этих компаний совершенствуют мультимедийные технологии, разрабатывают мощные игровые приставки с трехмерной графикой. Также в 1994 году Goldstar и японская компания **ALPS** открывают научно-исследовательскую лабораторию **Frontec** и фокусируются на создании активных ЖК-матриц, плазменных панелей и плазменных технологий.
 - В **1995** году компания подвергается масштабной реструктуризации, по итогам которой около 50 формально независимых компаний, работающих в различных областях тяжелой и легкой промышленности, объединяются под единым брендом **LG Group**. Для унификации предприятий и создания единого корпоративного имиджа руководство принимает решение о присвоении компаниям общего названия **LG**. Так, **Lucky Chemical** была преобразована в **LG Chemical Ltd.**, **GoldStar Inc.** — в **LG Electronics**, а совместное предприятие **LG Electronics** и **IBM**, занимающееся поставками ЖК-дисплеев для портативных компьютеров **IBM ThinkPad**, получило название **LG-IBM**. К середине 90-х **LG** становится единой компанией с глобальной культурой, штаб-квартирами и производственными фирмами по всему миру и главным центром управления в Сеуле. Помимо **LG Electronics**, в подгруппу компаний, занимающихся разработкой и производством электрооборудования и электроники, входит еще около десятка совместных и дочерних фирм, тесно сотрудничающих друг с другом
-



Цифровая эра LG

- Обновленная корпорация объявляет о начале цифровой эры в своей истории и разрабатывает концепцию программы технического видения будущего LG под названием «Прыжок в 2005 год» (LEAP 2005). Отныне главной целью компании являются доходность и акционерный капитал вместо применяемой ранее политики разрастания и расширения. LG Group проводит также одну из крупнейших в истории рекламных кампаний по продвижению нового названия и нового логотипа. Компания избавляется от нерентабельных и неконкурентоспособных дочерних организаций, внедряет систему персональной ответственности и начинает развитие наиболее перспективных направлений. В это же время основываются такие подразделения холдинга, как LG Home Shopping, LG Telecom и LG Internet.
- Ведущим направлением LG Group по-прежнему остается высокотехнологичная электроника. В **2001** году компания LG Electronics представляет первый в Корее телевизор с ЖК-дисплеем с диагональю 20,1 дюйма и первой в Южной Корее начинает экспорт плазменных панелей, а также выходит на первое место в мире по продажам устройств фиксированной беспроводной связи. Компания также развивает концепцию «Цифрового дома» и выпускает микроволновую печь и кондиционер с возможностью выхода в интернет.
- В **2003** году LG Electronics и компания Thomson заключают договор о стратегическом партнерстве в области производства плазменных панелей. В 2004 году компания создает первый в мире ЖК-телевизор с диагональю 55 дюймов, в 2005-м — первый в мире плазменный телевизор с диагональю 102 дюйма, а в 2006-м — первый в мире ЖК-телевизор с диагональю 42 дюйма и поддержкой разрешения Full HD.
- В 2004 году компания представляет технологию цифрового телевидения следующего поколения EVSB, которая в США и Канаде становится приоритетной в качестве стандарта для цифрового телевидения. В этом же году компания LG выпускает первый в мире телефон с поддержкой стандарта DMB (Digital Multimedia Broadcasting), основанного на технологии, позволяющей передавать цифровой сигнал на мобильные устройства, что обеспечивает прием теле/радиопередач.
- В 2005 году LG анонсирует первые в мире ноутбук и телефон с поддержкой DMB-телевидения и с функцией «перемещения во времени» («Time Machine»), которая позволяет просмотреть ТВ-программу в полном объеме, даже если пользователю пришлось на некоторое время отвлечься на другие дела.

Основные этапы развития

- **1958**
 - Изначально компания носит название GoldStar
- **1960-е**
 - Производит первые радио, телевизоры, холодильники, стиральные машины, кондиционеры воздуха в Корее
- **1995**
 - Переименована в LG Electronics
 - Приобретает Zenith (США)
- **1997**
 - В США компаниям Ameritech и GTE представлен первый в мире цифровой мобильный телефон CDMA. Проходит сертификацию UL в США.
 - Разрабатывает первый набор IC для цифрового телевизора



Основана в 1958 г. как компания GoldStar



1959 первые радио Корейского производства

Основные этапы развития

- **1998**
 - Разрабатывает первый в мире 60-дюймовый плазменный телевизор
- **1999**
 - Основывает LG Philips LCD, совместное предприятие с Philips
- **2000**
 - Выпуск первого в мире холодильника с подключением к сети интернет
 - Экспортирует синхронный IMT-2000 компании Marconi Wireless, Италия
 - Важные контракты на поставку компании Verizon Wireless, США
- **2001**
 - Поставка мобильных телефонов GSM в Россию, Италию, Индонезию Занимает лидирующие позиции на австралийском рынке CDMA
 - Выпуск первой в мире стиральной машины, кондиционера воздуха и микроволновой печи с подключением к сети интернет



1998 60-дюймовый плазменный телевизор



1999 совместное предприятие с компанией Philips



Основные этапы развития

- **2002**
 - В рамках системы LG Holding Company происходит разделение на LG Electronics и LG Corporation
 - Поставка полной линейки цветных мобильных телефонов GPRS в Европу
 - Запускает линию по производству телефонов CDMA и R&D центров в Китае
- **2003**
 - Выходит на рынки мобильных телефонов GSM Северной Европы и Ближнего Востока
 - Достигает показателей экспорта свыше 2,5 миллионов единиц (июль)
 - Мировой производитель CDMA номер один
- **2004**
 - EVSB, следующее поколение технологии передачи цифрового телевидения в США/Канаде
 - Промышленный стандарт US ATSC Начинает продажу первых в мире 55-дюймовых многофункциональных ЖК-телевизоров Начинает продажу первых в мире 71-дюймовых плазменных телевизоров Разрабатывает первые спутниковые и наземные DMB-телефоны



2003 выходит на английский рынок мобильных телефонов GSM



Основные этапы развития

- **2005**
 - Становится четвертым по объемам поставок мобильных телефонов на рынки во всем мире
 - Разрабатывает первый в мире телефон 3G UMTS DMB, DVB-Hand Media FLO на базе 3G
 - Телефон DMB с функцией сдвига времени и портативный компьютер DMB
 - Основывает LG-Nortel, совместное предприятие по сетевым решениям с компанией Nortel
- **2006**
 - LG Chocolate — первая модель телефонов премиум-класса серии LG Black Label, продажа 7,5 миллионов единиц по всему миру
 - Разработка первого 60-дюймового сканирующего модуля HD PDP и ЖК-телевизора диагональю 100 дюймов
 - Заключает стратегическое партнерство с UL
 - Приобретает первый в мире логотип IPv6 Gold Ready
- **2007**
 - Запускает первый в мире двухформатный дисковод и дисковый проигрыватель высокого разрешения
 - Выпускает ЖК-телевизор 120Гц Full HD
 - Демонстрирует первые в мире технологии MIMO 4G и 3G LTE
 - Выигрывает контракт для 3G компании GSMA



2005 разрабатывает телефон 3G UMTS DMB



2007 запускает проигрыватель дисков HD

- ❑ **Основа бренда**
- ❑ Под брендом LG объединились четыре базовых элемента: ценности, обещание, преимущества и индивидуальность.
- ❑ **Лицо будущего: Значение и вдохновение, воплощенное в логотипе LG.**
- ❑ Буквы "L" и "G" в круге символизируют мир, будущее, молодость, человечество и технологию. За основу нашей философии берется человеческая природа. Это также отражает попытки LG поддерживать тесные отношения с нашими покупателями по всему миру.
Символ состоит из двух элементов: логотип LG с серыми буквами LG и стилизованное изображение человеческого лица уникального красного оттенка. Красный — это основной цвет, символизирующий наше дружелюбие, а также стремление компании LG выпускать лучшую продукцию. Следовательно, форма и цвет этого символа никогда не могут быть изменены.





- **Лицо**
- Стилизованное изображение улыбающегося лица передает дружелюбный настрой и доступность. Один глаз на изображении означает, что компания LG нацелена на результат, сфокусирована и уверена.
- **Круг**
- Круг представляет земной шар, символизирующий мир и все человечество, а также молодость и будущее.
- **Форма**
- Правый верхний угол логотипа LG, намеренно оставленный незаполненным, придает асимметрию изображению — знак креативности LG и способность к изменениям.
- **Цвета**
- Красный, основной цвет, символизирует дружелюбие и намерение LG выпускать продукцию наилучшего качества. Серый цвет обозначает технологию и надежность.





Рекламный лозунг



- В последнее время компания использует рекламный лозунг «Life's Good» («Жизнь хороша»), который, как считают в самой LG Group, отображает её главную цель — «создавать продукцию, делающую потребителей более счастливыми, а их жизнь более комфортной».
-

- Политика компании, как указывается на официальном сайте LG Group, подразумевает три основных направления — лидерство продуктов («разработка новых видов продукции с использованием *инновационных технологий*»); лидерство на рынке («главная цель „LG — бренд № 1“, достигается путем заполнения мирового рынка качественными товарами»); лидерство коллектива («сообщество талантливых людей, умеющих чувствовать и реализовывать инновации»).



LG и благотворительная деятельность



- **Спорт**
- С 2000 по 2002 год компания LG осуществляла спонсорскую поддержку английским футбольным клубам «Лестер Сити» и «Вэйсайд Роверс» (Гилфорд), а в настоящее время является спонсором английского футбольного клуба «Фулхэм». LG также поддерживает футбольный клуб «Фримантл» (Австралийская футбольная лига), клуб «Кронулл шаркс» Австралийской национальной регбийной лиги и аргентинский клуб «Бока Хуниорс». В 2002 году в Москве прошел *Кубок LG по футболу*.
- LG также является одним из главных спонсоров игры в крикет. Компания поддерживает Международный совет по крикету и спонсирует Кубок мира по крикету.
- В 2001—2003 годах компания спонсировала «Снукер Гран-при», который в это время назывался «Кубок LG».
- В 2008 году LG стала спонсором фестиваля сноубординга «FSO4 Freeze», а в январе 2009 года — глобальным и технологическим партнером Formula1.
- Компания также учредила и поддерживает ежегодный фестиваль LG MOBILE WORLD CUP.

LG и благотворительная деятельность

□ **Культура и образование**

□ В настоящее время компания LG является спонсором London Fashion Week и поддерживает центр LG Arena в Бирмингеме.

□ В Мексике компания учредила стипендии для получения среднего образования для способных студенток из малоимущих семей. В Казахстане LG открыла компьютерные классы для детей, во Вьетнаме, Таиланде и России организовала телевизионное шоу «Викторина чемпионов LG», а на Украине — шоу «LG Эврика». В Корее компания LG проводит программу «Уроки науки для детей» для подростков из малоимущих семей и программу «Передвижные научные классы LG» для школ в удаленных горных районах.

□ **Партнерство надежды**

□ С апреля 2009 года компания LG принимает участие в социальной программе в поддержку Африки «Партнерство надежды», ежегодно перечисляя на протяжении трех лет по одному миллиарду корейских вон (760 000 долл. США) на содействие проектов ВПП ООН в помощь голодающим Кении и Эфиопии.





Вывод:



- На сегодняшний момент **LG Group** — третья по величине корпорация *Южной Кореи*, производящая бытовую электронику, химическую продукцию и телекоммуникационное оборудование и имеющая дочерние компании LG Electronics, LG Display, LG Telecom и LG Chem в более чем 80 странах.
- Общая численность персонала входящих в группу компаний составила на 2006 год около 160 тыс. человек. Совокупная выручка за 2008 год — \$82млрд
- Безусловно такие показатели говорят о том, что данная корпорация успешна и конкурентоспособна на рынке. Компания прошла огромный путь и за 50 лет существования зарекомендовала себя как надежный и качественный производитель. Это удалось сделать не только благодаря инновационному подходу к выпускаемой продукции, но и благодаря правильному позиционированию, эффективным рекламным компаниям, правильному созданию образа компании в сознании потребителей. Как уже говорилось в начале работы все эти инструменты и предполагают создание благоприятного имиджа компании. Во всей деятельности корпорации LG прослеживается активная работа над созданием и поддержанием имиджа. Компания достаточно открыта и активна. На официальном сайте компании www.lg.com представлена не только информация о новых разработках и продукции, но и полная информация о миссии и целях компании, о корпоративной культуре и преимуществах работы LG, данные о международной деятельности и т.д. В компании гордятся своей работой: **«В своих делах мы придерживаемся философии "Великая компания, великие люди" — мы убеждены, что только великие люди могут создать великую компанию»**

- Также LG позиционирует себя как компания, которая не стоит на месте, а находится в постоянном развитии. LG Electronics продолжает воплощать свои идеи и в 21 веке. Это задачи мирового лидерства в сфере цифровых технологий, создания инновационных товаров и услуг высокого уровня, а также цель стать к 2010 году одной из трех ведущих компаний в мире в сфере электроники, информационных и телекоммуникационных технологий.
- Безусловно, такую кропотливую работу над поддержанием своей репутации ценят потребители во всем Море, отдавая свое предпочтение проверенной продукции и качеству LG, тем самым обеспечивая компании постоянно высокие объемы продаж и уверенную позицию на рынке, даже в нынешних условиях жесткой конкуренции насыщенности рынка.

