

ВРЕМЯ KÄRCHER

КОРПОРАТИВНАЯ ГАЗЕТА

ОСЕНЬ 2009

Событие сезона

ШАГ К УСПЕХУ

Формирование региональной политики компании Kärcher в России началось еще в 1995 году. На сегодняшний день она выглядит следующим образом: у Kärcher есть оптовые и прямые партнеры, которые имеют 60 авторизованных центров продаж, обслуживающих порядка трехсот субдилеров, крупноформатные и мелкоформатные магазины. В целом дилерская сеть покрывает практически все города с населением от 150 тысяч человек во всех регионах страны, однако мы не ограничиваемся только количественными показателями и планируем развиваться на более высоком качественном уровне.

Первое, что мы планируем сделать – наладить обратную связь с рынком и систему контроля над действиями дилеров, что позволит усилить наше знание местного рынка. В региональных центрах зачастую просто не знают своих представителей на местах. Чем они занимаются, как общаются с клиентами, насколько эффективно доносят до потребителей ценности и философию Kärcher – все это остается тайной за семью печатями. Пока информация от региональных представителей доходит до руководства компаний, она проходит двойную, а то и тройную фильтрацию. Такое усечение информационных потоков приводит в отдельных случаях к разрозненности и несогласованности политики сбыта.

Существуют и другие факторы, сдерживающие развитие регионального рынка. Один из них – отношение к бренду. Не всегда дилер, занимающийся прямыми продажами, заинтересован в развитии местной дистрибуторской сети и инвестициях в бренд, поскольку плодами этого могут воспользоваться конкурирующие продавцы (зачастую нашим брендом заманивают клиента в магазин, где навязывают другую продукцию). Не все субдилеры способствуют повышению узнаваемости бренда, а порой и полностью пренебрегают корпоративным стилем в оформлении магазинов. Иначе как деловой безграмотностью это не назовешь, ведь бренд Kärcher – один из самых известных в мире! В развитых странах его узнаваемость доходит до 90% и не воспользоваться таким преимуществом недалековидна. В итоге бремя ответственности за продвижение бренда в регионах ложится исключительно на представительство ООО Керхер.

Еще один фактор, тормозящий развитие регионального рынка, – низкая ориентированность на целевые группы. Как многим известно, мы делим рынок на 12 целевых групп. К сожалению, практика показывает, что целенаправленно с ними работает не каждый дилер. У многих продажи зачастую пуцены на самоотек. У нас мало специалистов, которые отвечали бы за отдельную целевую группу, да и квалификация персонала подчас оставляет желать лучшего. Специалисты на местах нуждаются в необходимом минимуме знаний о продукте и его применении в каждой конкретной целевой группе. И, наконец, отсутствие единых маркетинговых мероприятий не способствует активному развитию регионального рынка.

Хаотичное присутствие во всех регионах, быстрая и дешевая экспансия рынка, условный эксклюзив и оперативность принятия решения – все это хорошо на первых порах, но неоправданно в непростых финансовых условиях современного рынка. Глобальное развитие региональной политики требует системного подхода.

Настало время оптимизировать региональную политику и ввести единый корпоративный стиль. Ведь узнаваемость марки и красивые витрины – синонимы эффективной рекламы. «Мы говорим «СТОП» хаосу, творящемуся в регионах и вводим прямое управление путем открытия «Керхер-центров!» – говорит Олег Минаев. – С учетом особенностей города мы совместно с дилером будем определять месторасположение «Керхер-центра», объемы продаж, целевые группы. Решения об открытии и дислокации «Керхер-центров» будут максимально взвешенными, а число «Керхер-центров» будет строго ограничено в зависимости от потенциала рынка конкретного региона».



Что же такое «Керхер-центр»? Это, своего рода, дилерский центр, удовлетворяющий целому ряду требований компании Kärcher.

Основные задачи «Керхер-центров» заключаются в обеспечении регионального роста, точечном проникновении в целевые группы, а также в возможности использования единого call-центра для получения первичной информации с возможностью доступа к специалистам главного-офиса. Как следствие – «Керхер-центры» должны неминуемо повысить уровень доверия к продавцу и привлечь новых клиентов.

Основными функциями «Керхер-центра», помимо продаж, являются маркетинг, сервис и демонстрация. Расширенными – аренда и восстановление техники. Опциональными – обучение клиентов.

Общие требования:

- месторасположение (вблизи проезжей части, должен просматриваться с дальнего расстояния) – согласовывается и утверждается только ООО «Керхер». Возможно на конкурентной основе;
- наличие show room;
- наличие вывески Kärcher, оформленной согласно строгим корпоративным стандартам;
- наличие локального склада продукции (наличие TOP моделей);
- наличие транспортного средства, оформленного по корпоративным стандартам;
- рекомендованный ассортимент Kärcher в show-гоуп;
- отсутствие конкурентной продукции;
- презентабельная внешность фасада здания;
- фокусировка на основных целевых группах;
- план продаж на 3 года;



- подробный микроэкономический анализ потенциала регионального рынка;
- SWOT-анализ (вкл. конкурентную среду);
- маркетинговая стратегия сбыта.

Требования к show-room:

- месторасположение А или Б+;
- площадь от 60 м до 400 метров (в зависимости от месторасположения);
- корпоративный стиль в оформлении;
- наличие зоны для переговоров, ожидания, демонстраций оборудования;
- наличие торгового оборудования для выкладки бытовой техники;
- информация о ТТХ и цене возле каждой модели;
- выкладка продукции согласно стандартам.

Требования к персоналу:

- корпоративный дресс-код;
- наличие аттестации по знанию продукта.

Да, требования высоки. Но и выгод немало:

- отождествление с мировым топовым брендом Kärcher, право на использование бренда «Керхер-центр»;
- избранное партнерство: защита от конкуренции вследствие строго ограниченного количества Керхер-центров;
- приоритет при расположении на веб-странице Kärcher;
- регулярные тренинги для продавцов и технического персонала;
- эксклюзивные маркетинговые мероприятия, участие в рекламных кампаниях;
- преимущества при поставках продукции;

- поддержка при выборе месторасположения и планировании show-room;
- стандартизированная IT система;
- эксклюзивные условия.

«Мы хотим привлечь к основанию «Керхер-центров» не только наших дилеров, но и субдилеров, – отмечает Олег Минаев. – Открытие «Керхер-центра» – отличный инструмент для развития бизнеса. Если субдилер выполняет основные требования, он имеет право гордо носить наше имя. А это уже немало! Бренд Kärcher, и это уже никому не надо доказывать, является сильнейшим на рынке клининга».

Переход к системной региональной политике сертифицированных дилерских центров – не российская, а общемировая политика Kärcher. Только в 2009-м году 20 подобных центров открылось в Греции, 6 – на Украине, 8 – в Германии и т.д. До конца 2010-го года Kärcher планирует открыть в России не менее 10 «Керхер-центров». К концу 2011-го года их число должно утроиться.

Опыт становления и развития региональных дилерских центров ведущих автомобильных концернов планеты доказал эффективность подобной методики развития. Премиум-реселлеры, присутствующие на российском рынке, включая всех без исключения автопроизводителей и лидеров других областей рынка, проведут единую корпоративную политику продаж и имеют четкий свод требований к своим дилерам.

Так что дилерам Kärcher не нужно «изобретать велосипед». Важно лишь воплотить в жизнь новую региональную стратегию, сделав тем самым шаг к успешному развитию своего бизнеса. Будущее – за «Керхер-центрами»!



Что нового в разделе Professional

WRP 3000, 10000, 20000 новое поколение установок рециркуляции воды

Компания Kärcher представляет новую серию установок рециркуляции воды с повышенной производительностью WRP 3000, 10000, 20000. Это оборудование приходит на смену хорошо известным аппаратам ARS, как очень рентабельные системы для оснащения ручных и автоматических (портальных) автомобильных моек. WRP 3000 Comfort, WRP 10000, 20000

Все они отличаются высокой производительностью – 3000, 10000 и 20000 тысяч литров воды в час соответственно, способны работать с водой, содержащей до 5 мг/л нефтесодержащих продуктов и большое количество взвешенных частиц (до 200 мг/л). Особенности этих установок являются: эффективность работы, конкурентная цена, компактность конструкции, широкий выбор принадлежностей, возможность работы в автоматическом режиме и низкие эксплуатационные расходы. Кроме этого, для работы системы не требуется никаких химикатов.

В системах WRP применяются два типа фильтров: фильтр, состоящий из пучка скрученных волокон (технология Filatwist, применяется на установках WRP 3000) или песчано-гравийный фильтр (WRP 10000 и 20000). И в том, и в другом случае происходит отделение взвешенных частиц размером до 20 мкм.

WRP 3000 допускает монтаж на стену и может оснащаться ручной или автоматической системой промывки фильтра. Обратная промывка фильтра аппаратов WRP 10000 и 20000, как и вся их работа полностью автоматизирована.

Компания Kärcher рекомендует использовать WRP 3000 с автоматическими мойками CB line, а установки производительностью 10000 и 20000 с автоматическими мойками для грузовых автомобилей RB-line или на моечных центрах с двумя и более установками CB.

Пример подключения системы рециркуляции воды к автоматической мойке автомобилей



Технические характеристики

		WRP 3000 eco	WRP 3000 comfort	WRP 10000	WRP 20000
Длина	мм	630	630	610	760
Ширина	мм	480	480	610	760
Высота	мм	1400	1400	1100	1300
Масса (порожняком)	кг	40	40	30	40
Масса (с песком)	кг	-	-	255	365
Производительность	л/ч	3000	3000	10000	20000
Отделение частиц	мкм	> 20	> 20	> 20	> 20
Номер для заказа		1.217-120.0	1.217-121.0	1.217-130.0	1.217-140.0

Компоненты

	WRP 3000 eco	WRP 3000 comfort	WRP 10000	WRP 20000
Модуль фильтра Filatwist				
Песочный фильтр				
Ручная обратная промывка				
Автоматическая обратная промывка				
Устройство настенного крепления				



Один за всех



В сентябре 2009 года компания Kärcher выводит на рынок поломойно-всасывающую машину с сидением оператора B 140 R, которая может работать с новыми сменными щеточными головками различной рабочей ширины и типа. Новая модель поломойно-всасывающей машины с сидением оператора B 140 R заменяет 8 различных версий BR/BD 75/140 R и BR/BD 90/140 R

В основе данного аппарата лежит хорошо известная на рынке машина BR/BD 75-90/140 R. Конструкторы не только сохранили преимущества этой машины, но и добавили к ним новые. Так, например, для удобства работы оператора спинка сидения регулируется. На машину устанавливается руль, новой, эргономичной формы с улучшенными сцепными свойствами, благодаря чему управлять машиной стало легче и приятнее. Кроме этого, защита щеточного узла допускает регулировку по ширине и предотвращает повреждение узла в случае наезда на препятствие. Новый мотор позволяет проводить уборку полов с углом наклона до 15%.

В 140 R может поставляться в различных комплектациях: с аккумуляторами емкостью 240 или 400 Ач, с зарядным устройством и без него, с системой дозирования чистящих средств DOSE и без нее. При работе с цилиндрическими щетками доступной становится система FACT, оптимизирующая работу аппарата на покрытиях разного типа и продлевающая ресурс машины и расходных материалов, а также функция подметания.

Ещё больше повышает универсальность этой машины возможность работы со щеточными головками разного типа и рабочей ширины. Они могут быть дисковыми (D) или цилиндрическими (R), с ворсом различной жесткости, шириной 75 и 90 см. Причём их смена, также как и замена щеток может проводиться безо всяких инструментов.



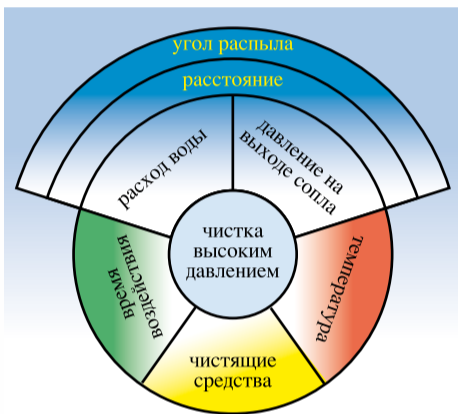
Технические характеристики

		B 140 R Bp/Bp Pack
Размеры (Д x Ш x В)	мм	1500 x 870 x 1500
Рабочая ширина щеток/падов	мм	750 / 900
Ширина всасывающей балки	мм	940 / 1060
Бак для чистой/грязной воды	л	140/140
Разрежение	мбар	140
Поток воздуха	л/с	28
Аккумулятор	В/ Ач	24 / 240/400
Размеры батарейного отсека	мм	533 x 406 x 432
Потребляемая мощность	Вт	2100 - 3100 (в зависимости от щеточной головки)
Привод	Вт	600
Турбина	Вт	800
Масса без/с аккумуляторами	кг	230 / 550
Экономична на площадях до	м ²	2500 - 6000
Скорость макс.	км/ч	5,6
Диаметр поворота	м	1,4
Способность преодолевать подъем	%	10 - 15

Мастер-класс

Аксиомы клининга

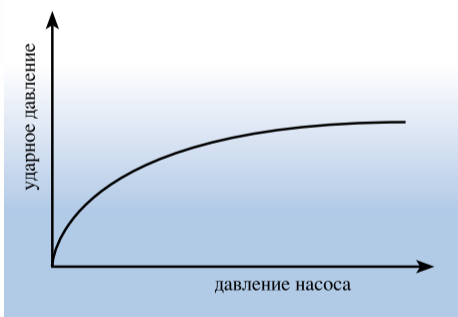
Любой специалист, профессионально занимающийся уборкой, знает, что результат очистки напрямую зависит от четырёх факторов: механического воздействия, температуры, времени и моющего средства. Отличным примером, иллюстрирующим их в действии, является мытье рук. Для удаления грязи первым делом хочется потереть руки друг о друга, что является ничем иным как механическим воздействием. Горячая вода не только делает этот процесс приятнее, но и ускоряет его. Однако не все загрязнения можно смыть даже тёплой водой. Например, руки, испачканные машинной смазкой, можно очистить только с мылом, то есть с чистящим средством. И сделать это проще, если прежде чем смывать его, выдержать некоторую паузу, то есть увеличить время воздействия. Графически эту зависимость представляет так называемый круг Синнера. В отношении очистки аппаратами высокого давления (АВД) он выглядит следующим образом:



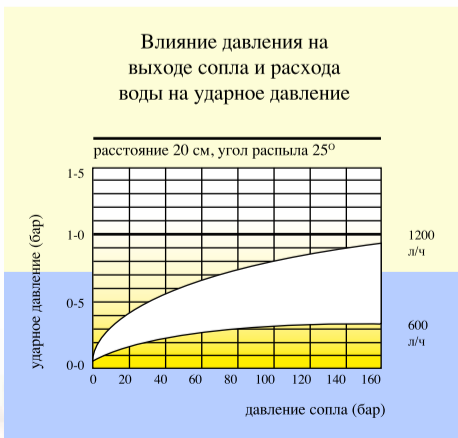
Механический фактор в этом случае представлен ударным давлением струи воды, которое, в свою очередь зависит от четырёх составляющих:

- давления на выходе из сопла
- расхода воды
- расстояния от сопла до очищаемой поверхности
- угла распыла (формы струи)

Рассмотрим их более подробно. Давление на выходе из сопла определяется расходом воды, потерями давления на пути от насоса к соплу (внутреннее сопротивление) и, соответственно, давлением насоса.



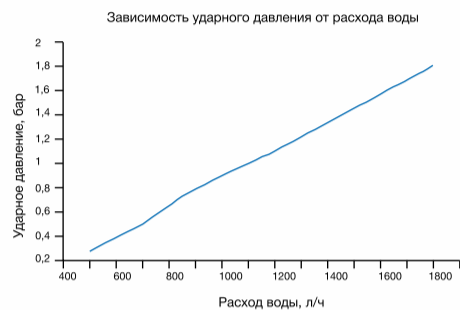
Увеличение давления на выходе сопла не приводит к пропорциональному повышению ударного давления в той же степени. Это повышение оказывается тем меньшим, чем меньше расход воды. Поэтому выбор экстремально высоких сопловых давлений является неэкономичным решением. Увеличение ударного давления может быть с меньшими затратами обеспечено повышением расхода воды.



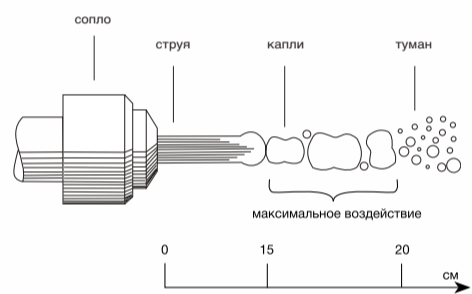
Вода служит носителем для:

- кинетической энергии
- тепловой энергии
- химической энергии (чистящие средства).

Подача воды является определяющим фактом для удаления грязи. Большое количество воды создаст высокое ударное давление, струя при этом меньше разрушается на больших расстояниях.



При небольшом расходе воды даже при среднем давлении насоса струя так сильно разбивается, что ударное давление становится слишком слабым для быстрого растворения грязи. Кроме того, из-за малого количества воды растворенная грязь не может быть удалена (не возникает флотационное воздействие).

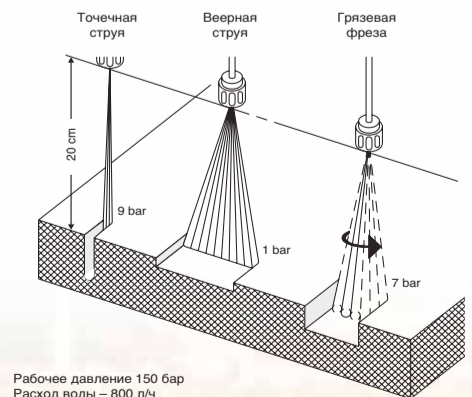


Наибольшее воздействие на удаляемые загрязнения оказывают набравшие скорость, а, следовательно, и кинетическую энергию, крупные капли воды. Наибольшее падение ударного давления с ростом расстояния между соплом приходится на диапазон от 0 до 30 см. Так, для аппарата с давлением сопла 200 бар и производительностью 1000 л/ч оно падает в 14 раз (с 7 до 0,5 бар). Именно поэтому наиболее эффективной для работы является дистанция 15-20 см.

Наряду с вышеперечисленными факторами сильное влияние на ударное давление оказывает угол распыла струи. Он может варьироваться от 0° (точечная струя) до 40° (веерная струя). Точечная струя обладает наибольшим ударным воздействием и используется для удаления стойких загрязнений на поверхностях, устойчивых к интенсивному воздействию. Однако производительность работы таким соплом невелика. Частным случаем точечной струи является роторное сопло (грязевая фреза), при работе которого точечная струя вращается со скоростью до 4000 об/мин, за счёт чего достигаются высокие показатели механического воздействия на поверхность и производительности работы.

Плоская веерная струя является наиболее универсальным инструментом, поскольку сочетает эффективную очистку (угол распыла 15°) и большую производительность (угол распыла 25°) и может применяться на чувствительных поверхностях, например, для мойки автомобилей, а также для нанесения моющих средств (угол распыла 40°).

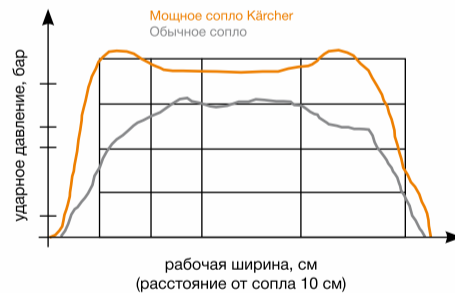
Схематично силу воздействия и производительность разного типа струй можно представить следующим образом:



Power Nozzle: увеличь давление!

Поскольку наиболее распространённым применением АВД является мойка автомобилей, при которой, как правило, применяется плоская струя, компанией Kärcher была разработана технология Power Nozzle (мощное сопло), повышающая ударное давление, производимое аппаратом на 40% при рабочем давлении и расходе воды. В основе технологии лежит специальная форма сопла, которая формирует плоскую струю таким образом, что при распыле воды образуются более крупные, в сравнении с обычным соплом, капли, которые летят с большей скоростью, снижается образование завихрений и, как следствие - формируется более чёткий веер струи.

Если посмотреть на распределение величины ударного давления по ширине веерной струи на расстоянии 10 см, то получается следующая зависимость:



Обычное сопло формирует струю, оказывающую максимальное воздействие в её центре. Но даже в центре струи ударное давление не достигает величины, развиваемой при помощи мощного сопла Kärcher. Кроме того, веерная струя в этом случае имеет более однородную структуру, что обеспечивает эффективную очистку по всей её

ширине и значительно повышает производительность работы.

Таким образом, простая замена обычного сопла (фокусирующей дюзы) на мощное сопло компании Kärcher позволяет добиваться значительно лучших результатов очистки без увеличения мощности и производительности оборудования.



Выгодное предложение!

Незаменимые помощники не только в доме, но и вокруг него.

В летнем выпуске газеты, в разделе «Мастер-класс», мы рассказали вам о безграничных возможностях пылесосов Керхер (пылесосы влажной и сухой уборки), способных стать незаменимыми помощниками не только в современном доме, но и вокруг него. Чтобы как можно больше людей познакомилось с этой замечательной новинкой, этой осенью мы решили запустить рекламную кампанию по поддержке данного продукта.

В преддверии рекламной кампании выпущена брошюра «Новые возможности для Вашего бизнеса», содержащая краткую информацию о продукте, аксессуарах и **ценовом спецпредложении**, которое распространяется на 3 модели этого класса - А 2054 Me, А 2206 X, А 2656 X Plus. Кроме того, при покупке пылесосов А 2206 X и А 2656 X Plus покупатель получает в подарок автонасадку.



A 2054 Me
A 2206 X
A 2656 X Plus



ПылеВодоСосы

Новые возможности для Вашего бизнеса



Пылесос А 2054 Me

Расход воздуха 68 л/с
Разрежение 210 мбар
Объем мусоросборника 12 л
Макс. потребляемая мощность 1400 Вт
Номин. диаметр принал. 35 мм
Длина кабеля 4 м
Масса 5,3 кг
Всасывающий шланг 1,9 м
№ для заказа 1.629-300.0

Пылесос А 2206 X

Расход воздуха 68 л/с
Разрежение 210 мбар
Объем мусоросборника 18 л
Макс. потребляемая мощность 1400 Вт
Номин. диаметр принал. 35 мм
Длина кабеля 5 м
Масса 12,5 кг
Всасывающий шланг 1,9 м
Функция выдувания
Возможность подключения эл. инструмента
№ для заказа 1.723-110.0

Пылесос А 2656 X Plus

Расход воздуха 80 л/с
Разрежение 230 мбар
Объем мусоросборника 25 л
Макс. потребляемая мощность 1800 Вт
Номин. диаметр принал. 35 мм
Длина кабеля 7,5 м
Масса 13,1 кг
Всасывающий шланг 1,9 м/2 м
Функция выдувания
Возможность подключения эл. инструмента
№ для заказа 1.723-810.0



При покупке пылесосов А 2206 X или А 2656 X Plus Вы получаете в подарок автонасадку!



Медиа-план рекламной компании в интернет

Название сайта	Период размещения	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
AUTO.RU	2-8 ноября			
MAIL.RU	14-20 декабря			
GISMETEO.RU	19-25 октября			
SPORT-EXPRESS.RU	5-11 октября			
IRR.RU	12-18 октября			
LENTA.RU	23-29 декабря			
RBK.RU	9-15 декабря			
YANDEX.RU	7-13 декабря			



Медиа-план рекламной компании в прессе

Название издания	Дата публикации	Октябрь	Ноябрь	Декабрь
Спорт-Экспресс	10, 12 октября 3, 29 ноября 8 декабря			
Авторевю	20 октября 17 ноября 1 декабря			
Вокруг Света	19 октября 16 ноября			
Коммерсант - Деньги	19 октября 16, 30 ноября			
Идеи Вашего Дома	10 ноября 10 декабря			
Коммерсант - Дом	29 октября 19 ноября 10 декабря			

Конкурс на сайте www.karcher.ru для конечного потребителя



www.karcher.ru
Зарегистрируйтесь и выиграйте!

КУПИ
ЗАРЕГИСТРИРУЙСЯ*
И ВЫИГРАЙ

*1. Зайдите на сайт, ответьте на вопросы викторины, посвященные пылесосу KÄRCHER, и зарегистрируйтесь.

2. Выиграйте один из 20 призов от KÄRCHER - аккумуляторный стеклоочиститель WV 50, беспроводной электровеник K 55 и пылеуловитель DDC 50 для сбора мелкой пыли при сверлении.



Стеклоочиститель WV 50



Пылеуловитель DDC 50



Электровеник K 55

Что нового в разделе Home & Garden

Жизнь без аллергии

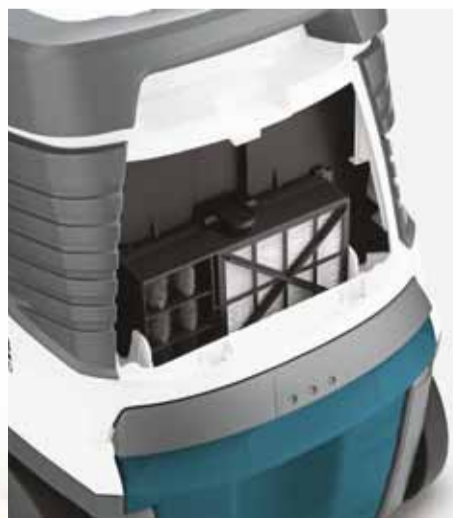
Аллергии – настоящий бич современного общества. Миллионы людей по всему миру ежедневно страдают от невидимых глазу атак микроскопических аллергенов, бороться с которыми бессильна даже современная медицина. Следствия атаки аллергенов – кашель, насморк, слезящиеся глаза. Но если сложные формы заболеваний, вроде бронхиальной астмы, требуют долгого и методичного лечения, то более легкие формы аллергии подчас становятся следствием нашего пренебрежительного отношения к ним. Пренебрегая элементарными нормами гигиены, мы сами включаем себя и своих детей в «группу риска». В большинстве случаев аллергены и вирусы распространяются вместе с пылью. Они могут не оседать часами, проникая глубоко в дыхательные пути. Среди компонентов домашней пыли самыми распространенными аллергенами являются пыльца растений, споры грибов и шерсть животных. Главным возбудителем аллергической реакции являются пылевые клещи. Обычные пылесосы из-за низкого уровня фильтрации не могут противостоять им: задерживая крупные частицы, они бессильны в борьбе с аллергенами размером менее 0,5-1 микрона.



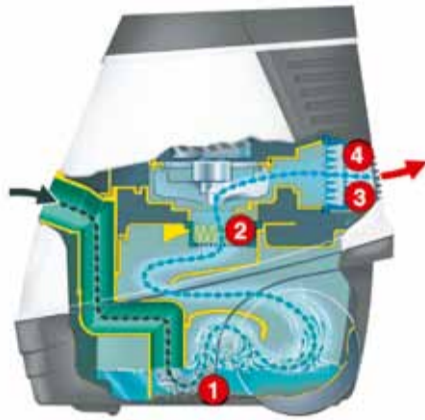
В борьбе с возбудителями аллергии неоценимую помощь Вам окажет новый пылесос Kärcher DS 5600 Mediclean с аквафильтром, совмещающий в себе компактность бытовых пылесосов и эффективность профессиональной уборочной техники с высочайшими противоаллергенными показателями.

Технология на основе аквафильтра дает возможность сохранять постоянную силу всасывания без использования фильтр-мешка, позволяя пылесосу всасывать даже небольшое количество воды. Имитируя работу мягкой поперечной турбины, усовершенствованная насадка обеспечивает глубокое проникновение «лопастей» чистящего валика в ковровое покрытие с высоким ворсом, благодаря чему эффективность чистки ковров повышается на 55%, а твердых покрытий – на 29%.

Но главная сила нового пылесоса в его уникальных фильтрационных показателях. Благодаря технологии четырехкратной фильтрации на выходе из пылесоса воздух очищается до 99,99%! Аквафильтр надежно отлавливает крупные частицы грязи, а специальный фильтр HEPA-13 задерживает микроскопические споры, пылевых клещей и бактерии, защищая от микробной и грибковой флоры и снижая до минимума аллергенную напряженность в помещении.



Четыре контура фильтрации позволяют улавливать практически все частицы размером до 0,3 микрона:



1. Водный фильтр – основная система фильтрации, эффективно улавливает пыль и грязь;
2. Промежуточный фильтр – удаляет взвешенные частицы из конденсированного влажного воздуха;
3. Специальный фильтр HEPA-13 – высокопроизводительный фильтр (уровень фильтрации 99,99%), задерживает пыльцу, споры грибов, бактерии, вирусы, выделения пылевых клещей и сигаретный дым;
4. Выпускной фильтр – задерживает продукты износа угольных щеток электродвигателя.

По сравнению с предыдущей моделью, Kärcher DS 5600 Mediclean с аквафильтром получил обновленный корпус и комплектацию: темно-серый цвет корпуса заменен на светлый металл, в базовую комплектацию входят турбошетка, фильтр HEPA-13 и новая брошюра для аллергиков.



Получили свое развитие и эксплуатационные свойства DS 5600 Mediclean. Среди них:

- эргономичная ручка с контролем всасывания;
- поворотное соединение 360° позволяет избежать перекручивания шланга;
- телескопическая трубка из нержавеющей стали;
- автоматическое сматывание кабеля;
- хранение аксессуаров на корпусе;
- радиус работы 8 м

Технические характеристики

Максимальная мощность, Вт	1400
Объем бака для грязн. воды, л	2
Длина кабеля, м	5,5 / автоматическое сматывание
Всасывающий шланг, м	2/ поворотное соединение 360°
Размеры, мм	480 x 305 x 520
Масса без приналд., кг	8,5
Стальная телескопическая трубка, мм	Ø 35
Система фильтрации	Аквафильтр + промежуточный фильтр + HEPA-13 + выпускной фильтр

Новая линия

Новая серия аксессуаров сезона-2009 для аппаратов высокого давления: пенные насадки и чистящее средство Ultra Foam Cleaner!

Новая линейка аксессуаров Kärcher, куда входят две пенные насадки с объемом контейнеров 0,3 и 0,6 л, а также чистящее средство Ultra Foam Cleaner, направлена прежде всего на расширение возможностей клининга аппаратами высокого давления в таких областях как мойка автомобилей, мотоциклов, трейлеров, лодок и т.п.

Поскольку, имея выраженные адгезивные свойства, пена дольше жидкого раствора остается на очищаемой поверхности, это значительно улучшает результат очистки. Кроме того, при применении пенных насадок чистящий раствор не проходит через насос аппарата высокого давления, что позволяет использовать более мощные чистящие средства, в том числе новое средство Ultra Foam Cleaner.

Новые пенные насадки с прозрачными контейнерами для контроля уровня чистящего средства доступны в двух модификациях:

- Малая, с контейнером объемом 0,3 л, отличается легкостью и компактностью.
- Большая, с 0,6-литровым контейнером, имеет возможность дозировки средства (мин/макс) для максимально эффективного его использования, а также вращающееся сопло для регулировки уровня распыления. Большой объем контейнера продлевает время использования, избавляя от необходимости частого долива чистящего средства.



Обе пенные насадки Kärcher удобны в эксплуатации и адаптированы для использования чистящего средства Ultra Foam Cleaner.

Новое средство очистки от Kärcher обладает целым рядом уникальных конкурентных преимуществ. Создавая интенсивную и более клейкую пенную основу, Ultra Foam Cleaner позволяет пене дольше оставаться на поверхности, что увеличивает период реакции и значительно улучшает результат очистки.

Ultra Foam Cleaner представляет из себя готовое к использованию чистящее средство без содержания NTA. Однако, следует обратить внимание, что применение данного средства возможно только вместе с пенными насадками. Использование Ultra Foam Cleaner с аппаратами высокого давления без пенной насадки невозможно!



Версия	Габариты (в упаковке), мм	Масса (в упаковке), г	Арт. номер
Пенная насадка Foam Nozzle, 0,3 л	1194x794x1000	226	2.641-848.0 (заменила 6.964-507.0)
Пенная насадка Foam Nozzle, 0,6 л	1194x794x1000	266	2.641-847.0
Чистящее средство Ultra Foam Cleaner, 1 л	232x205x236	1150	6.295-531.0

Мягкая экономия

Kärcher представляет не имеющую аналогов на рынке складную канистру для моющих средств.

Оптимальное решение для дилеров: экологически безвредная тара для моющего средства облегчает транспортировку (экономия затрат около 80%) и хранение (экономия более 80%), а также, в силу более низкой цены позволяет сэкономить около 40% на закупке. Легкость и компактность делают новую тару для моющего средства идеальной для Интернет-магазинов, позволяя многократно снизить затраты на почтовую рассылку моющих средств.

Не менее привлекательна мягкая канистра и для конечного потребителя, являясь идеальным выбором с точки зрения цены, удобства эксплуатации и простоты утилизации.

Технология использования мягких канистр для моющих средств Kärcher максимально проста: приобретая складную сумку с 500 мл концентрированного моющего средства, клиенту достаточно открыть ее и наполнить водой. В результате получается канистра с 5 литрами готовой к применению моющей жидкости.

Всего на рынке сейчас доступно четыре типа моющих средств Kärcher в складной мягкой таре:

- Универсальное моющее средство (номер для заказа 6.295-385.0)
- Автошампунь (6.295-386.0)
- Мойка и воск (6.295-387.0)
- Настилы и дворники (6.295-388.0)



Последние события

Новый слоган



makes a difference

Керхер разработал новый слоган «makes a difference» и представляет его в рамках рекламной кампании, которая стартует в ноябре 2009. Для продвижения нового слогана будут разработаны несколько мотивов для продуктов Home & Garden и Professional. Основная цель – подчеркнуть очевидный положительный эффект от применения продукции Керхер. Все иллюстрации по этой кампании будут доступны в электронном формате с ноября 2009 г.



Новые салоны KÄRCHER

Салон в г. Кемерово.
Адрес: г. Кемерово, пр. Октябрьский, д. 36
Тел. (3842) 35-84-48, 35-85 65



Салон в г. Челябинск.
Адрес: г. Челябинск, ул. Воровского, д. 79
Тел. (351) 211-18-88, тел. сервиса – 235-88-88



Наши награды

Высочайший уровень промышленного дизайна продукции Kärcher в очередной раз был отмечен престижной наградой: четыре аппарата фирмы Kärcher – стеклоочиститель WV 50, приспособление для чистки поверхностей T 400, аппарат высокого давления гибридного типа HC 10 и поломойная машина BR 30/4 C получили Good Design Award 2008.

Эргономичная форма для оптимального пользования и удачная комбинация функций и дизайна подействовали убедительно на жюри, состоящее из дизайнеров, архитекторов и экспертов-искусствоведов из Нью-Йорка и Лос-Анджелеса.

Ежегодно из тысяч претендентов выбираются победители по 20 номинациям, которым присуждается приз музея архитектуры и дизайна в Чикаго, вот уже 60 лет пользующийся большим уважением во всем мире.



В этом году на выставке CMS (Клининг. Менеджмент.Сервис) в Берлине наша компактная поломойно-всасывающая машина BR 30/4 получила награду Purus Award 2009. Данная награда считается своеобразным „Оскар“ на рынке клининга и присуждается ежегодно участникам выставки.

Благотворительная акция KÄRCHER

В августе 2009 года компания Kärcher подарила единственному в России детскому хоспису в г. Ижевске пылесос влажной и сухой уборки NT 361. Уже получены положительные отзывы и благодарность

от сотрудников хосписа. Данный аппарат значительно облегчил их работу, и теперь они смогут уделять больше времени своим пациентам.

