



Groupe SEB

Líderes en PAE en el mundo

Un legado de éxitos



Groupe SEB, líderes internacionales en Pequeño Aparato Electrodoméstico

SEB

Rowenta

calor

Moulinex

Tefal

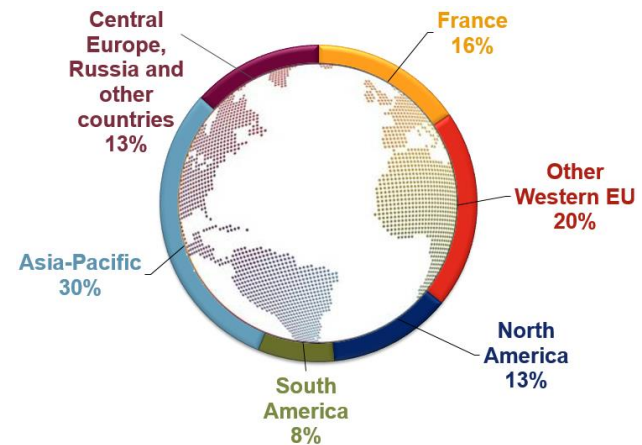
KRUPS

Lagostina
1901

WMF



- 8 products sold in the world every second
- More than 250 million products sold every year in more than 150 countries
- Leadership positions in more than 25 countries on all continents



Llevamos la reparación en nuestro ADN, desde 1857



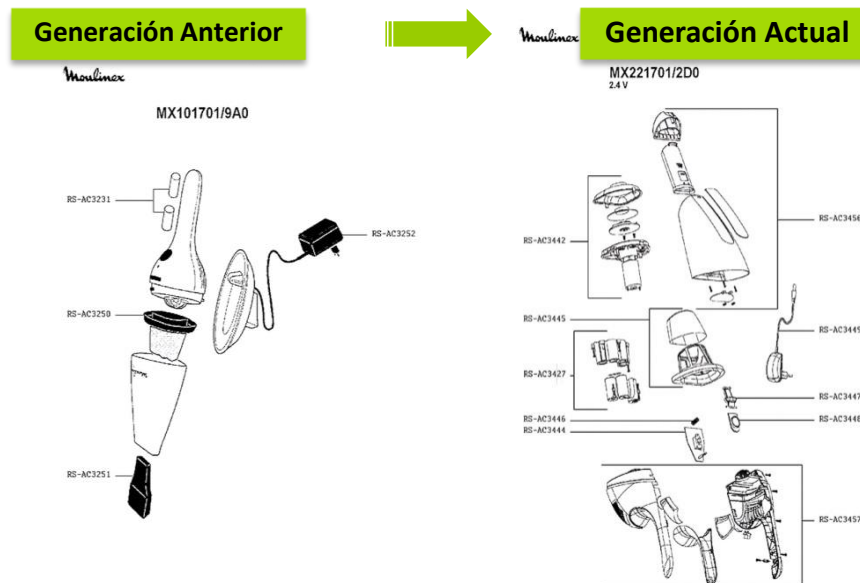
Antoine Lescure, fundador de SEB en 1857

36,000 : nuestros consumidores en todo el mundo esperan productos duraderos

La durabilidad es una cultura

Una cultura corporativa relanzada en 2008: focalizándose en todos los productos reparables y reparados

- Un nuevo KPI de durabilidad/reparabilidad revisado mensualmente por SEB Comex desde 2011
- Nuevos diseños adaptados a una mayor reparabilidad y al mismo coste de producción
- Énfasis en los contratos con proveedores

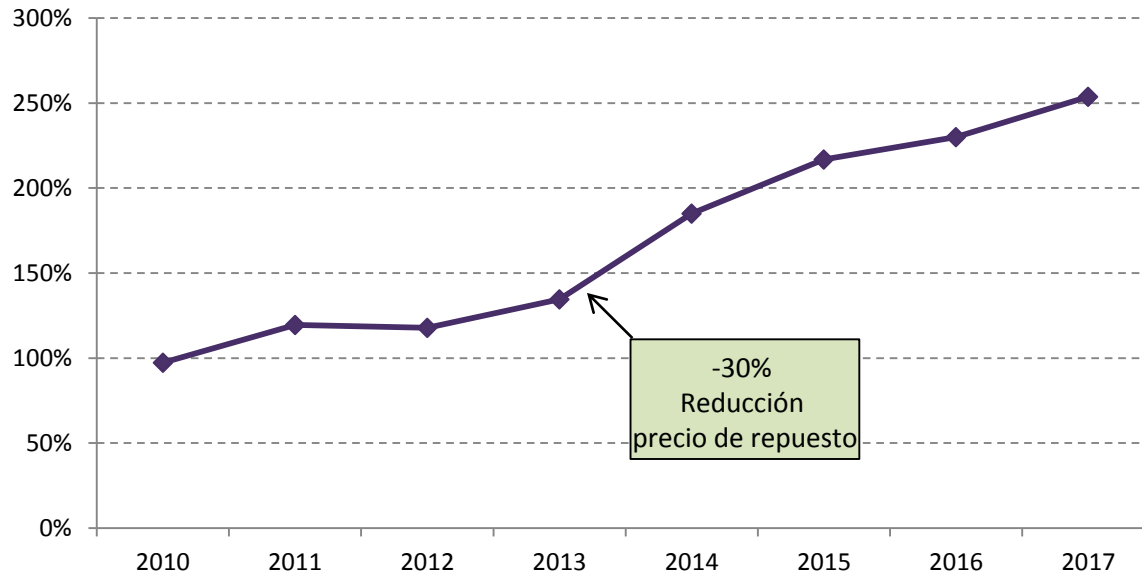


Proveemos reparaciones a todo el mundo



- 6500 Servicios de Atención Técnica
- 40,000 referencias en el almacén central de Francia (6M piezas en 30,000m²)
- Todas las piezas se pueden enviar en 24~48h, hasta 12~15 años después de la venta del producto, a un precio bajo

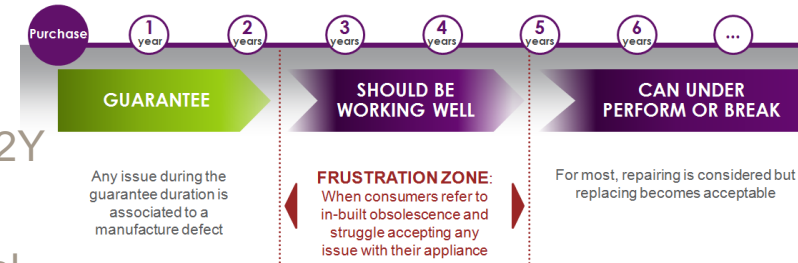
Más y más reparaciones, una realidad!



Reparaciones pagables después de la garantía / reparaciones gratuitas durante la garantía

Los consumidores quieren la reconfirmación de que su producto puede ser reparado

- Tiempo de uso esperado > 5-6 años
Sin previsión de una garantía más extensa de 1~2Y
- Se esperan productos reparables sin coste adicional
- Barreras principales para reparar: no tener la certeza de si el producto es reparable, como repararlo, y por cuánto dinero



Basado en la encuesta cualitativa del consumidor de 2014, Francia i Alemania

Un nuevo logo para todas las marcas

Un compromiso global de manufacturación

- ⇒ Productos reparables y remontables
- ⇒ Todas las piezas disponibles, a un precio bajo, y en poco tiempo
- ⇒ Red internacional de reparaciones



⇒ Cambiar la mente de los consumidores mostrando que la reparación es posible y preferible, para productos y marcas de renombre

Un logo international



Un logo como compromiso genuino con el consumidor



Un logo que impulsa una intención de compra



HAS SIDO INFLUENCIADO POR EL LOGO?

Negativamente

Muy
positivamente

No mucho

Positivamente



   testeado con 816 consumidores



+8%

Un coste máximo de reparación garantizado durante 10 años para el consumidor



“Tasa de reparación fija después de la garantía, todo incluido”, por familias de productos

- ⇒ No más dudas antes de ir a un Servicio de Atención Técnica
- ⇒ No más necesidad de un presupuesto preliminar

- ⇒ Cualquiera sea la pieza necesitada
- ⇒ Cualquiera sea la edad o defecto del producto

- ⇒ 6 meses de garantía de todo el producto para fortalecer la confianza

 * 6 mois de garantie	 * 6 mois de garantie	 * 6 mois de garantie
 FORFAIT DE RÉPARATION ASPIRATEUR AVEC SAC	 FORFAIT DE RÉPARATION FER VAPEUR	 FORFAIT DE RÉPARATION MACHINE À CAFÉ
Sans contraintes ni devis Extension de garantie de 6 mois !	Sans devis ni surprise Extension de garantie de 6 mois !	Sans devis ni surprise Extension de garantie de 6 mois !
73,00 €	34,00 €	25,00 €
Ajouter au panier	Ajouter au panier	Ajouter au panier

Preparándonos para 2025



Imprimir en 3D para comprometerse a proveer recambios de piezas por muchos años

- ⇒ Incrementa el tiempo de uso ofreciendo piezas agotadas
- ⇒ Reduce el stock, mientras nos comprometemos para más de 10 años
- ⇒ Impresiones cerca de las futuras demandas en reparaciones



Pruebas en directo con feedback del consumidor durante 14 meses



Un fuerte, claro y probado compromiso de las marcas de Groupe SEB puede conducir a los consumidores a usar los productos durante más tiempo



- ⇒ Productos reparables Y remontables
- ⇒ Todas las piezas disponibles, a un precio bajo, y en poco tiempo
- ⇒ Red internacional de reparaciones
- ⇒ Con un coste total máximo de reparación y asegurando garantía después de la reparación

- La comunicación sobre los productos es clave, pero también los medios de comunicación para iniciar el cambio