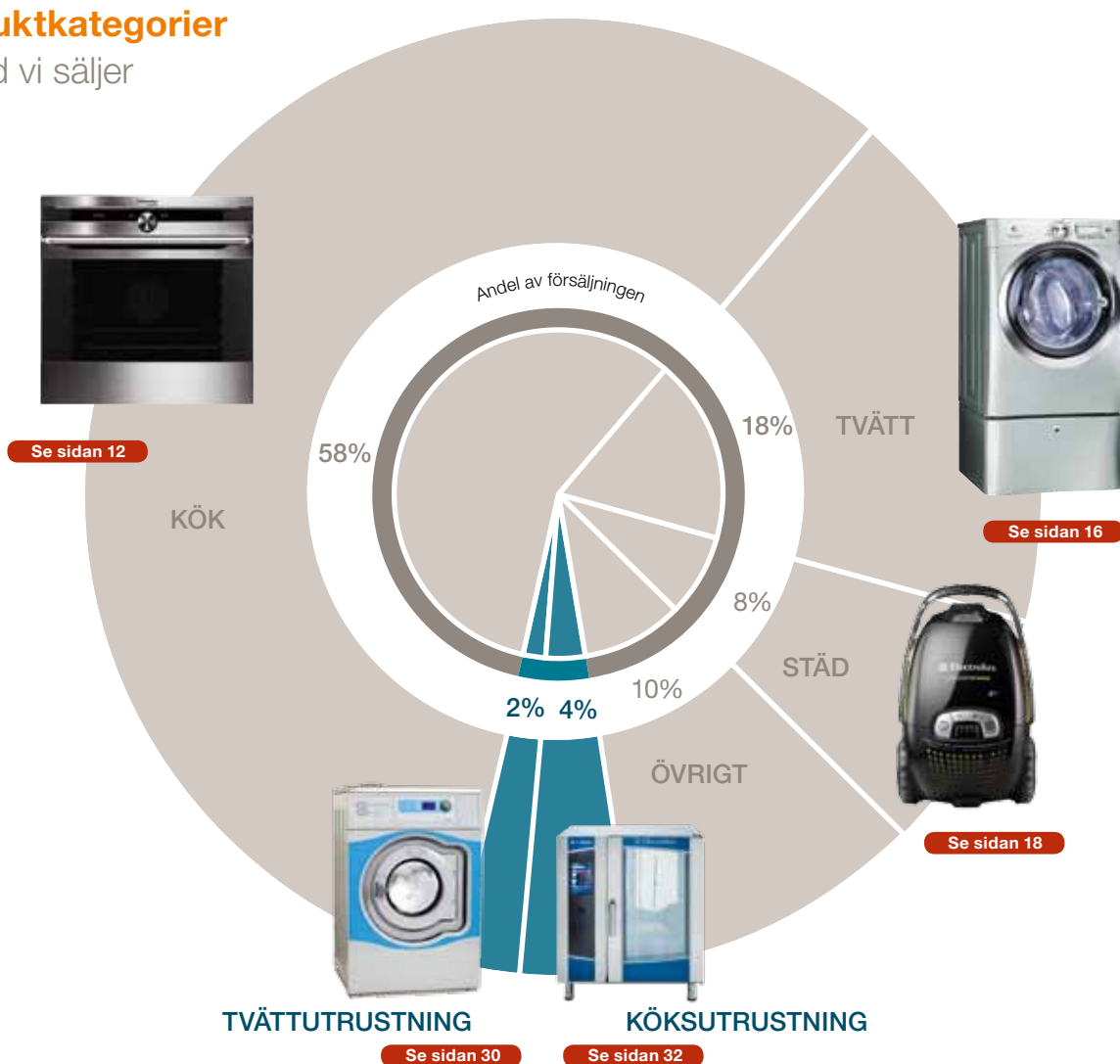


Verksamhet

”Thinking of you” fångar upp Electrolux erbjudande: Att alltid sätta användarna i främsta rummet, vare sig det handlar om produktutveckling, design, tillverkning, marknadsföring, logistik eller service. Genom att erbjuda produkter och tjänster som konsumenter föredrar, som gynnar såväl människor som miljö och som konsumenter är beredda att betala högre priser för, får Electrolux en lönsam tillväxt. Innovativa produkter, lägre kostnader och ett starkt varumärke skapar grunden för en förbättrad lönsamhet.

Produktkategorier

— vad vi säljer



Under 2010 sålde Electrolux över **40 miljoner produkter**. Nästan hälften av dem såldes under det globala varumärket Electrolux. Konsumentprodukter omfattar produkter för kök, textilvård och städning. Professionella Produkter omfattar motsvarande produkter för professionella användare såsom storkök, restauranger och tvättinrättningar.