

Stratégie de Xiaomi

Situation actuelle : Xiaomi est leader des ventes de smartphones en Chine en 2014, avec 15 millions de smartphones écoulés devant Samsung, Lenovo & Huawei.

STRATÉGIE GLOBALE NIVEAU N

Se lancer sur le marché international du mobile / sortir du territoire chinois et concurrencer Samsung, Apple...

MANAGEMENT STRATÉGIQUE NIVEAU N-1

Recrutement d'Hugo Barra, ancien responsable Android de Google
Stratégie de la faim pour créer un effet de rareté du produit.

MANAGEMENT OPÉRATIONNEL NIVEAU N-2

Traduction du site officiel, du système d'exploitation MIUI.
Forte présence sur les réseaux sociaux, ne pas utiliser les canaux de publicité habituel & privilégier le bouche à oreille.