Alejandro Gómez Ochoa de Retana

**PEC 6 - Comercial i operacions:**

**1) En quant a d’investigació i anàlisi de mercats, respon a les següents preguntes sobre el cas Munich:**

- Qui son els seus clients?

Al principi esportistes però cada cop més gent.

- Quin producte o servei està venent?

Calçat esportiu.

- Quin es el seu mercat objectiu?

Obrir mercats a França i Amèrica del Sud.

- Qui son els seus competidors i què fan?

Altres empreses de calçat esportiu i de ciutat.

**2) Quina estratègia de segmentació segueix?**

Fabricar per a uns paisos especificd.

**3) Defineix el posicionament de Munich.**

Calçat de qualitat amb moltes combinacion.

**4) Com definiries el Marketing Mix de Munich: política de producte, preu, distribució i promoció.**

- Política de producte: Calçat d’alta qualitat.

- Preu: Alt.

- Distribució: Botigues pròpies i per internet.

- Promoció: Marketing online.

**5) Avalua la composició de la marca i les qualitats desitjables.**

**6) Quines son les eines de comunicació que més utilitza. Raona la resposta.**

-Xarxes socials.

-Publicitat a internet.

-Les pròpies botigues.

**7) Munich sembla no veure convenient deslocalitzar la producció a països amb baixos costos laborals. Perquè? Què té a veure això amb el just in time?**

Sí, ja que ofereix l’entrega en 8 dies. Això pot allargar els plaços d’entrega i comprometre la qualitat. Interessa fabricar les quantitats encarregades i en el temps just.

**8) Ordena els objectius de l’àrea d’operacions per la seva rellevància per a Múnich en funció de la seva contribució a l’estratègia comercial.**

Qualitat, varietat d’oferta, temps i cost.