

PEC 6

Victor Correal Ramos

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

Qui son els seus clients?

En un principi eren esportistes, actualment els clients s'han ampliat amb l'entrada de gent interessada amb calçat "streetwear".

Quin producte o servei està venent?

Calçat esportiu i urbà

Quin es el seu mercat objectiu?

En aquest cas coincideix el seu mercat objectiu amb la seva clientela.

Qui son els seus competidors i què fan?

Els seus competidors son les grans empreses de calçat

2) Quina estratègia de segmentació segueix?

Es directament el gust del client, donat que es aquest qui pot donar-li el color que mes li agradi a cada sabatilla. També cal destacar que existeixen diferents per diferents mercats(per exemple el mercat italià diferenciat del mercat interior).

3) Defineix el posicionament de Munich.

Munich esta associat amb disseny, moda, qualitat, actual, diferent.

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

Preu: Elevat

Comunicació: Botigues, promocions i publicitat a través d'internet.

Distribució: Els canals utilitzats son internet i les botigues físiques.

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

El logotip es bastant popular i el nom li dona un toc internacional.

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

Les eines mes utilitzades son les botigues i internet.

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?

La filosofia “just in time” consisteix en fabricar el que els clients demanen en les quantitats i temps precisos, mai abans, així es redueixen els costos i s’obté la màxima qualitat.

8) Ordena els objectius de l'àrea d'operacions per la seva rellevància per a Múnic en funció de la seva contribució a l'estratègia comercial

Qualitat del producte, flexibilitat de les ofertes de l'empresa en relació al producte, temps de fabricació i d'enviament i cost del producte.