

Estrategias del producto

Costo - precio

- Ampliar portafolio de proveedores , socios claves .
- Créditos para clientes preferenciales.
- Clientes que realicen compras al por mayor trato exclusivo, teniendo en cuenta la relación costo ,beneficios.
- Tener facilidades de pago

Calidad

- La exclusividad de la marca soloio y soloio bambino requiere de una alta calidad en su producto, por lo que nuestro material principal es el 100% lino italiano, hechas en fábricas textiles italianas de más prestigio .
- Garantía de los productos

Innovación

- soloio bambino será parte de la constante innovación que representa soloio, dirigida a un nuevo segmento de mercado, - el infantil - con diseños llamativos y únicos.

Innovación

- Ser los primeros en ofrecer las últimas tendencias de la moda ,ofreciendo constantemente nuevas colecciones.
- Acceder a productos exclusivos.

Flexibilidad

- Encontrar variedad de producto en un solo lugar
Tales como colores ,
diseños y moda ya sean
para eventos específicos o
casuales.

Tiempo

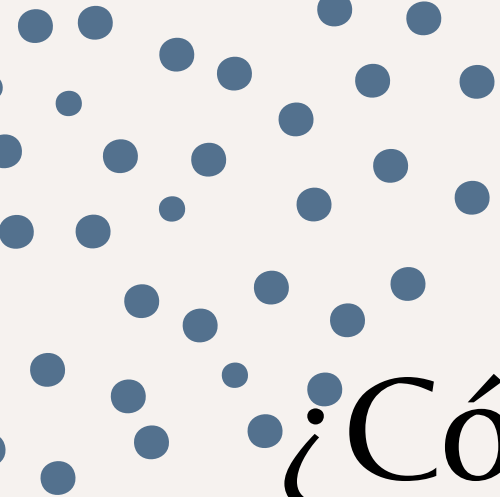
- soloio bambino contará con atención - asesoría personalizada, por canales virtuales como página web, redes sociales, chat directo whatsapp o canales tradicionales, como lo son las tiendas o puntos físicos.
- Transporte del producto en el menor tiempo posible .

Ciclo de vida

Nuestro producto se encuentra en la etapa de crecimiento, en esta etapa el producto se posiciona en el segmento definido, y comienza a ser aceptado por los consumidores, provocando que las ventas y los beneficios vayan en aumento, lo que es positivo para la marca, el aumento de los beneficios se producen debido a que los costes de fabricación se reducen ya sea por las economías de escala o por la adquisición de experiencia en la fabricación. Sin embargo, en esta etapa de ciclo de vida, pueden aparecer nuevos competidores en el mercado y trataran de diferenciar su producto y posicionar su marca.

Enfoque del producto

El enfoque del producto es el deseo, ya que este representa la creencia del consumidor de que el producto satisface una necesidad básica de mejor forma que otros productos disponibles en el mercado, esta creencia genera el concepto de valor, que es lo que soloio bambino ofrece, calidad y exclusividad.



¿Cómo es el producto frente a los competidores?

Soloio bambino se encuentra en nivel de expansión, tiene competidores en el mercado que ofrecen el producto principal el cual es, ropa para niños en una línea casual - formal, lo que hace que el producto sea reconocido.

¿Cuál es o cuál puede ser la participación en el mercado?

El producto tiene una posición de interrogante, es un producto con gran potencial de crecimiento, la industria textil infantil va en ascenso, gracias a la buena acogida del segmento y que no depende de la estacionalidad para que exista un gasto del consumidor. La marca tiene un valor agregado y diferenciador, entre estilo, tendencia, diseños, calidad y exclusividad, lo que hace que tenga poca competencia en el mercado textil infantil con estos estándares, y que esté dirigido al segmento (demográfico) de mercado al cual le apunta soloio bambino.



Estrategia del producto

Soloio es una marca exclusiva hecha 100 % lino italiano , que busca vestir al hombre adulto y niño con diseños únicos , llamativos y así siempre estar a la vanguardia con productos innovadores . Pensado siempre en los gustos y preferencia de los consumidores . Busca expandir sus tiendas a nivel nacional ,ofreciendo un valor agregado , añadiendo estrategias que nos permitan mantenernos en el mercado brindándonos confianza y seguridad frente a competidores poderosos

Su nueva línea soloio Bambino busca entrar en el mercado, ser un éxito con sus modas ligeras , frescas , casual , formal y actuales cubriendo así las exigencias de los clientes y consumidores añadiendo un servicio personalizado que crea un valor agregado ,para así diferenciarnos de la competencia.

Informe de diseño

El producto tiene un enfoque de diseño robusto, los diseños podrán producirse de acuerdo con los requerimientos y las variaciones en la producción no tendrán un efecto desfavorable en el producto, con el diseño robusto se minimizará la posibilidad de errores, se busca que tenga la mínima variación en las características de calidad importantes para el cliente, y se minimizará el costo de calidad.

la organización de equipo, es mixto - tipo Z - en este tipo de organización le apostamos a la confianza en la gente, relaciones sociales estrechas, se considera los recursos humanos lo más relevante en la búsqueda del éxito a largo plazo, ofreciendo empleos a largo plazo de los cuales se requiere mucha práctica y un largo proceso de aprendizaje, se obtienen ventajas como el comportamiento personal comprometido, y el desarrollo de carrera, responsabilidad individual.