

PEC 6

1.
 - Els clients de Munich són tant el usuari final com les tendes on es venen els seus productes.
 - Calçat de vestir i esportiu de la marca Munich.
 - El seu mercat objectiu són els practicants d'esports com el handbol, futbol sala, etc pels que produeixen sabates i també tot el públic en general a través de la línia de calçat *fashion*.
 - Per la banda de calçat esportiu els competidors són Nike, Adidas, Puma, etc i per el segment de moda els competidors son
2. A Munich hi ha dos segments principals del seu calçat que són moda i esports. A més, dins de cada segment es divideix demogràficament i també geogràficament , ja que com explica Xavier Berneda a un dels vídeos proposats, no són iguals els gustos al nord d'Europa que a Itàlia o Espanya.
3. Producte per tots els públics de qualitat, disseny, actual, amb una gran varietat de models i per totes les situacions.
4.
 - Política de producte: Calçat de qualitat i totalment personalitzable.
 - Preu: Mig-alt.
 - Distribució: Online, a tendes pròpies i distribuïdors seleccionats.
 - Promoció: Xarxes socials, patrocinis a esportistes, etc.
5. El nom de la marca és breu, simple i amb un cert punt exòtic i per aquesta raó no és tant fàcil de pronunciar. A més, el logotip és simple i distintiu. Per tant, en general la composició de la marca Munich assoleix les qualitats desitjables per ser més atractiva i identificable.
6. Les eines que més utilitzen a Munich per arribar als seus clients són les xarxes socials, tant *Facebook* com *Twitter*. Des de la publicació d'esdeveniments especials com el ja tradicional Mercat anual fins a la personalització de sabates dins de les pròpies xarxes.
7. Per què els principals mercats de Munich son a Europa, i donat que a Munich valoren molt més poder fer-li arribar en poc temps al client un producte personalitzat i de qualitat que poder reduir els costos i per tant el preu del producte. Per tant, al tenir les fabriques a prop, és més fàcil implementar el sistema JIT ja que és més difícil que falli la cadena de subministrament i es pot tenir un tracte més proper amb els proveïdors, facilitant la resolució de imprevistos.
8.
 - Qualitat
 - Varietat
 - Temps
 - Cost