Concluzii partea 1

* Am ales sa introducem pe piata romaneasca lentilele pentru daltonism deoarece in tratarea acestei afectiuni suntem deficitari, neexistand nici macar sufiecente clinici care sa produca ochelari. De asemenea, lentilele sunt mult mai practice si usor de utilizat.
* Pe langa cele de mai sus, ne ancoram intr-o piata noua, unde, momentan exista doar concurenti potentiali: distribuitorul Colorlite, care furnizeaza doar ochelari comerciantilor sai (6 clinici), insa este totusi o piata de oligopol in privinta lentilelor.
* Tinand cont de nevoia de acest produs in Romania, credem ca va fi un real succes.

Concluzii partea 2

* Pentru firma noastra, potentialii concurenti reprezinta firmele al caror distribuitor este colorlite-cele 6 clinici care s-au afirmat in ceea ce priveste corectarea discromatopsiei.
* Motivul pentru care consideram firmele alese ca fiind concurenta este pentru faptul ca in viitor ar putea aduce si ele pe piata lentilele de contact pentru corectarea discromatopsiei.
* Totusi, putem admite faptul ca atitudinea lor poate fi si una pozitiva: ne pot promova produsul, fiind clinici ce trateaza afectiuni oftalmologice, astfel ambele parti fiind astfel in castig.

Concluzii partea 3

* Segmentul de piata pe care se situeaza produsul nostru, dar si firmele competitoare este piata produselor oftalmologice
* Principala forma de segmentare a pietei folosita de Colorlite este cea geografica si demografica, extinzandu-se in zone diferite.
* Noi dorim sa facem din optica medicala o **nevoie**, nu un lux, fapt pentru care ne gandim la consumatorii nostri si o sa incercam sa gasim cel mai bul raport calitate/pret.