**Domande Chiave**

1. In quali categorie siamo presenti rispetto ai competitor? STIVALI
2. Offriamo una varietà di modelli sufficiente per ogni tipologia? POCHI MOCASSINI, ZEPPE, OXFORD, BOOTS
3. Siamo più economici o più costosi della media di mercato?
4. In quali categorie siamo sottorappresentati o assenti?
5. Dove possiamo espanderci o riposizionarci?

**Insight Strategici Finali**

Per ogni categoria:

* Siamo sotto/offerta? (Il nostro brand offre meno modelli rispetto alla media dei competitor in una specifica categoria?)
* Prezzo troppo basso/alto?
* Competitor stanno crescendo lì?
* Possibilità di espansione?

**Obiettivo del Progetto**

Valutare il posizionamento competitivo del nostro brand di calzature rispetto ai competitor, in termini di:

* Ampiezza dell’offerta (numero di modelli per tipologia)
* Strategia di prezzo (prezzo medio, min, max per tipologia)
* Copertura di mercato (categorie)
* Potenziali aree di miglioramento e opportunità di espansione

**KPI**

Delta prezzo: indica strategia di pricing

Varietà categoria (n modelli brand/ media n modelli competitor): capisci se sei sotto/offerta

**ANALISI DA FARE CON GRAFICI**

**Analisi dell’Offerta**

**Domanda:**

In quali categorie siamo presenti?

Offriamo abbastanza varietà per categoria?

**Analisi Prezzi**

**Domanda:**

Siamo più costosi o più economici?

In che range ci collochiamo? (cheap, medium, premium: suddividere fasce esempio minore di 50, compreso tra 50 e 100, maggiore di 150)

**Posizionamento competitivo**

**Domanda:**

Dove siamo più o meno forti?

Dove conviene espandersi?

**Posizionamento competitivo**

**Domanda:**

Dove siamo più o meno forti?

Dove conviene espandersi?

**Opportunità di Espansione**

**Domanda:**

Quali categorie sono popolate dai competitor ma dove noi siamo assenti?