

Preguntes de la Prova PEC 6

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

Qui son els seus clients?

Al principi eren només esportistes, ara és una marca que abasteix a qualsevol persona en el seu dia a dia.

Quin producte o servei està venent?

46% calçat esportiu, 54% línia enfocada a la moda

Quin es el seu mercat objectiu?

Obrir mercats a França i a Sud-Amèrica

Qui son els seus competidors i què fan?

Altres empreses de calçat esportiu i moda.

2) Quina estratègia de segmentació segueix?

Munich segmenta fabricant models específics per alguns països i també ofereix milions de combinacions possibles.

3) Defineix el posicionament de Munich.

Munich es posiciona en una fabricació de calçat de qualitat i que ofereix l'opció de personalitzar les sabates al gust del client, amb milions de combinacions de dissenys adaptables al outfit de cadascú.

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

Política de producte → el calçat és d'alta qualitat i molt personalitzable pel consumidor.

Preu → Alt.

Distribució → Botiga online, botigues pròpies i altres botigues externes seleccionades curosament.

Promoció → Marketing online, events convocats online i accions amb altres empreses

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

La marca es basa en un nom exòtic i es volia que es veiés internacional, amb un aire modern i oferta de tenir un calçat únic i personalitzable per al client.

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

El Internet, com per exemple, Feedback per conèixer que espera la gent del producte i promocions a través de xarxes socials.

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?
<http://www.elblogsalmon.com/management/que-es-el-justin-time>

Perquè els interessa fabricar les quantitats encarregades i en el temps just, no els interessa tant la quantitat com la qualitat de l'objecte. Té a veure, ja que actualment ofereix l'entrega d'una comanda personalitzada en 8 dies. Això, si s'ha de fabricar als països amb baixos costos (normalment a l'estranger), allarga molt més els plaços d'entrega i pot comprometre la qualitat. Fabriquen el que els clients demanen i a temps precisos.

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

1. Qualitat
2. Varietat de productes
3. Temps
4. Cost