

PEC6: Comercial i operacions

Preguntes de la Prova:

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

- Qui són els seus clients?

L'empresa inicia volent vendre el seu producte a clients esportistes, però evoluciona i també acaben sent clients la gent en general, ja que l'ús del calçat és estès al dia a dia.

- Quin producte o servei venen?

Calçat esportiu i d'ús diari, tant de disseny preestablert, com de disseny personalitzat

- Quin és el seu mercat objectiu?

El seu proper mercat objectiu és França, seguidament països sud-americans, i s'ha estudiat la possibilitat d'abastar països asiàtics

- Qui són els seus competidors i què fan?

Altres empreses de calçat esportiu i d'ús diari com podria ser Nike, Adidas, New Balance, etc

2) Quina estratègia de segmentació segueix?

Segmenta fabricant models específics per alguns països i també amb milions de possibles combinacions de dissenys adaptables a qualsevol mena d'outfit.

3) Defineix el posicionament de Munich.

Munich es posiciona com una empresa que avantposa la qualitat per sobre de tot, la varietat del seu producte per abastir el màxim d'interessos i minimitzar al màxim el temps d'entrega.

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

- Política de producte: Calçat d'alta qualitat i d'alta personalització
- Preu: Tota classe de gammes de preu però sempre mantenint uns mínims de qualitat.
- Distribució: Botigues pròpies, Botigues externes seleccionades acuradament i internet.
- Promoció: Promocions i marketing online

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

La marca es basa en un nom estranger, ja que en l'època el producte estranger s'associava a més qualitat i servia per això mateix i internacionalitzar la marca. A part el logotip és estètic, clar i característic com amb la intenció de modernitzar

6) Quines són les eines que més utilitza. Raona la resposta.

Fa servir moltes eines electròniques com ara Facebook o pàgines web amb la intenció de provar i reptar a la gent, d'aquesta manera pot rebre el *feedback* directe dels clients.

7) Munich sembla no veure convenient deslocalitzar la producció a països amb baixos costos laborals. Per què? Què té a veure això amb el just in time?

Té a veure en què Munich garanteix l'entrega d'una comanda personalitzada en 8 dies. Això si s'ha de fabricar a l'estranger, allarga els terminis d'entrega i pot comprometre la qualitat del producte. Interessa fabricar les quantitats encarregades i en el temps just, seguint la metodologia just in time.

8) Ordena els objectius de l'àrea d'operacions per la seva rellevància per Munich en funció de la seva contribució a l'estratègia comercial.

1. Qualitat
2. Varietat d'Oferta
3. Temps
4. Cost