

PEC 6 - Comercial i operacions:

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 inici eren només esportistes, però actualment també la gent les compra pel seu dia a dia.

- Quin producte o servei està venent?

Calçat esportiu i d'ús diari, tant de dissenys preestablerts, com de disseny personalitzat per el comprador.

- Quin es el seu mercat objectiu?

Espera obrir mercats a França i Amèrica del Sud.

- Qui son els seus competidors i què fan?

Altres empreses de calçat esportiu i de ciutat.

2) Quina estratègia de segmentació segueix?

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

3) Defineix el posicionament de Munich.

Munich es posiciona en una fabricació de calçat de qualitat, amb milions de combinacions de dissenys adaptables al nostre outfit.

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

- *Política de producte*: Calçat personalitzable, singular i d'alta qualitat.
- *Preu*: Alt
- *Distribució*: Botigues pròpies, botigues externes (amb curada selecció) i per internet.
- *Promoció*: Promocions i marketing online.

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

La marca es basa en un nom exòtic, *Munich*, per internacionalitzar la marca i modernitzar-la i d'un logotip clar i característic.

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

Promocions a les xarxes socials, publicitat a internet i les pròpies botigues.

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?

Té a veure, ja que actualment ofereix l'entrega d'una comanda personalitzada en 8 dies. Això, si s'ha de fabricar a l'estranger, allarga els plaços d'entrega i pot comprometre la qualitat. Interessa fabricar les quantitats encarregades i en el temps just.

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

- | | |
|----------------------|----------|
| 1. Qualitat | 3. Temps |
| 2. Varietat d'oferta | 4. Cost |