Solution : Tập trung nguồn lực vào casual boot để mở rộng thì phần của work boot.

1. Tăng giá của casual boot từ 120 EUR lên 150 – 160 EUR

. Do trong tiêu chí mua hàng thì giá cả chỉ chiếm một phần rất nhỏ không đáng kể A graph of different colors

Description automatically generated with medium confidence

. Do trung bình số tiền chi trả trung bình cho boot của White collar vẫn còn cao hơn giá bán của casual boot

A graph of a person with a blue and green rectangle

Description automatically generated with medium confidence

. Trong channel share thì Athletic chiếm đến 23% trong khi đó các đối thủ lại rất ít phân phối cho athletic store , mà athletic store lại có thể bán nhiều casual boot hơn các channel khác

Từ đó có thể có thêm chi phí cho sales & marketing , material để có thể tăng comfort và brand do 2 yếu tố này vẫn còn thấp (hình bên trên ) tăng company margin ( tăng lợi nhuận)

1. Giảm giá work boot và điều chỉnh thành phần trong work boot giảm phần design do work cần chú ý đến chất lượng , để tăng company margin sao cho không lượng lợi nhuận không bị ảnh hưởng khi giảm giá , để có mức giá cạnh hơn so với các đối thủ , từ đó có thể mở rộng thị phần mà không ảnh hưởng đến lợi nhuận do đã tăng giá của casual boot phần lợi. A chart of company sales

   Description automatically generated with medium confidence