Vidéo

Introduction :

Positionnement économique :

Donc, c’est une jeune entreprise dont son sa structure de marché est un Oligopole. Elle propose des produits de différente variété à des prix équivalent voir plus attractif que ses concurrents. Elle peut s’appuyer sur de nombreux partenariat avec des salles de sports lui permettant d’attirer une nouvelle clientèle, ou du moins, faire une publicité pour la notoriété de l’entreprise. L’avantage, c’est que l’entreprise a réussi a créé des produits avec des marques a très forte notoriété pour mieux se faire connaitre et se démarque de la concurrence et au passage, améliorer très fortement la notoriété de l’entreprise.

Positionnement écologique :

L’entreprise propose des shakers éco-responsables avec des produits à maximum recyclable. Elle propose aussi des compléments alimentaires avec un maximum de produit naturelle. Elle essaye au maximum de faire des partenariats avec des entreprises qui ont une culture commune sur le positionnement écologique. Le but de l’entreprise est de sensibilisé a maximum ses consommateurs sur l’impact environnementaux que peuvent avoir les produits. L’entreprise n’hésite pas à montrer son soutien à des associations caritative dans le but est la transition écologique tel que GreenPeace.

Conclusion :