

# PLAN DE MARKETING

Empresa MANGO

---

# POLITICA DE PRODUCTO

## ○ PRODUCTOS:

- Prendas de vestir
  - Calzado
  - Complementos
  - Productos de aseo
-

# POLITCA DE PRODUCTO

## ○ LÍNEAS DE PRODUCTO:

- Sportwear: informal, moda joven y espontánea
  - Suit: formal, ocasiones especiales sofisticadas
  - Casualwear: informal, público más amplio, entre Suit y Sportwear
  - MngJEANS: ropa vaquera, camisetas muy actuales.
-

# POLITICA DE PRODUCTO

## ◦ SEGMENTACIÓN: ¿A QUIÉN SE DIRIGE?

- Público femenino
  - 25-45 años
  - Urbano, independiente,
  - Nivel adquisitivo medio-alto
  - Desea prendas básicas y fashion.
-

# POLITICA DE PRODUCTO

## ◦ ESTRATEGIA COMPETITIVA:

- 1) Innovación y permanente lanzamiento de nuevas colecciones y prendas.
  - 2) Calidad. Sistema de certificación de calidad según norma ISO 9001
  - 3) Segmentación del mercado internacional por áreas geográficas, diferenciado el producto para cada segmento:
    - Países fríos: prendas + abrigo, + grandes
    - Países asiáticos: prendas + pequeñas
    - Países cálidos: prendas + ligeras y frescas
    - Países árabes: chador + creativo, cerrar escotes, alargar faldas
-

# POLITICA DE DISTRIBUCIÓN

## ◦ LOGÍSTICA:

- Objetivo: conseguir el abastecimiento de los puntos de venta en función de la rotación y la previsión de ventas.
- 30 % de los envíos son directos:
  - Del productor a las tiendas sin pasar por almacén de Barcelona.

### VENTAJAS:

- Reducir tiempos
  - Reducir coste de transporte
-

# POLITICA DE DISTRIBUCIÓN

## ◦ ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO:

### FRANQUICIA

#### Requisitos:

- Inversión mínima: 500.000 €
  - Local en calle comercial o centro comercial, superficie mínima 300 m<sup>2</sup> + 30% almacén
  - Población mínima 80.000 habitantes.
-

# POLITICA DE DISTRIBUCIÓN

## ◦ VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET:

[www.mangoshop.com](http://www.mangoshop.com)

- ¿Dónde? Entre Reino Unido y Alemania representan el 50% de las ventas. También en España y Francia
  - ¿Quién? Chica de 20 a 30 años.
  - ¿Cuánto se gasta?. Una media de 156 €
  - Apenas hay devoluciones.
  - Sistema de asistencia remota Inquiero Webcare, que atiende a los clientes en el momento de realizar las compras
-

# POLITICA DE PRECIOS

- ESTRATEGIA DE DESCREMACIÓN
    - Principio de temporada: PRECIOS ALTOS, productos novedosos y exclusivos diseños
    - Periodo de rebajas: PRECIOS BAJOS para
      - ↑ la rotación de las prendas
      - Captar segmentos más sensibles al precio
  - POLÍTICA DE PRECIOS MEDIOS-ALTOS
    - Competidores: Zara (precios más bajos)
  - SITUACIÓN DEL SECTOR
    - ↑ competencia extranjera (costes más baratos)
    - ↓ precios
    - Solución: ↑ presencia en mercados internacionales
-

# POLITICA DE COMUNICACIÓN

## ◦OBJETIVOS

- ↑ grado de notoriedad
- Reforzar y consolidar su imagen de marca moderna y actual
- Reforzar un sólido posicionamiento de los productos.

## ◦¿CÓMO?

- Utilizando MODELOS de gran prestigio: Claudia Schiffer, Naomi Campbell
  - Comunicación de sus productos en Internet
  - Catálogos
  - Promociones de ventas
  - Decoración de sus establecimientos
-