

La sfida Markstrat I





222 Third Street - Cambridge, MA 02142
Tel: (617) 494-6262 - Fax: (617) 494-1421

Markstrat è una simulazione progettata per concentrarsi sulle questioni di marketing strategico

- Comprensione dei bisogni dei clienti
- Prospettive a lungo termine
- Marketing come centro di profitto
- Ambiente competitivo
- La strategia di marketing è basata sulla segmentazione, posizionamento e allocazione delle risorse... le decisioni di marketing mix sono secondarie

STRATX 2

Il mondo di Markstrat

Dirigere la tua impresa

Avvio

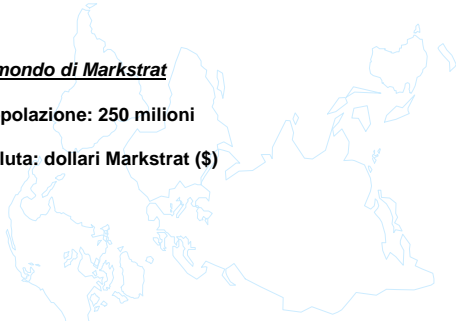
STRATX 3

Il mondo di Markstrat : un ampio territorio con un'economia altamente sviluppata

Il mondo di Markstrat

Popolazione: 250 milioni

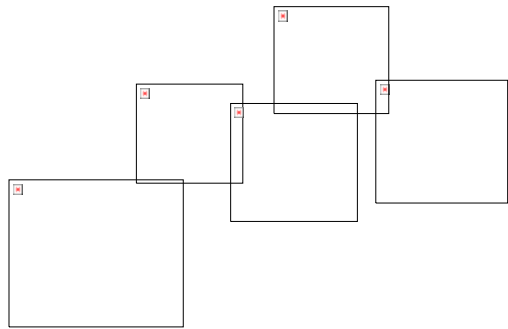
Valuta: dollari Markstrat (\$)



STRATX

4

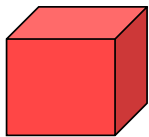
Lo scenario di base inizia con le imprese che partono da diverse posizioni



STRATX

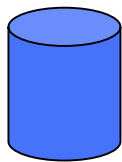
5

Ogni impresa può competere in 2 prodotti mercati



SONITES

- indipendenti
- non sostituibili
- non complementari



VODITES

Massimo: 5 marche/imprese trattate per volta

STRATX

6

Il mercato "Sonite" è già sviluppato, e ogni prodotto ha 6 caratteristiche determinanti

Peso Kg 10 - 20	Design Indice 3 - 10	Volume dm ³ 20 - 100
Frequenza massima kHz 5 - 50	Potenza W 5 - 100	Costo di base \$ min. 10

STRATX 7

Anche i prodotti "Vodites" avranno 6 caratteristiche fisiche principali, ma il mercato non è ancora sfruttato

Autonomia m 5 - 100	Frequenza massima kHz 5 - 20	Diametro mm 10 - 100
Design Indice 3 - 10	Peso Kg 10 - 100	Costo di base \$ min. 10

STRATX 8

E' facile riconoscere l'origine delle marche dai loro nomi

S	I	B	I
Tipo di prodotto: S=Sonite V=Vodite	Impresa che diffonde il marchio: A, E, I, ...	Lettere o numeri scelti liberamente	

STRATX 9

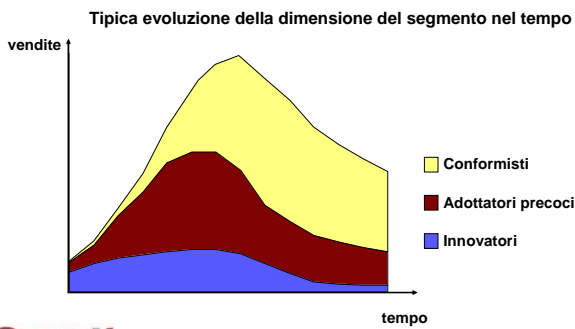
I clienti "Sonite" sono stati tradizionalmente classificati in 5 segmenti.....



STRATX

10

...mentre studi iniziali per "Vodites" hanno mostrato un diverso schema di segmentazione



STRATX

11

I clienti Sonite & Vodite possono acquistare attraverso 3 diversi canali di distribuzione



STRATX

12

Sommario dell'ambiente del mondo di Markstrat



Tecnologia

Crescita del mercato

Ambiente economico

STRATX 13



Il mondo di Markstrat

Dirigere la tua impresa

Avvio

STRATX 14

L'obiettivo nel dirigere la tua impresa è quello di massimizzare l'Indice del Valore Azionario (Share value)

Per fare ciò dovrai ottimizzare:

- Quota di mercato
- Crescita delle vendite
- Contributo netto
- Contributo netto e cumulativo
- Investimenti R & D



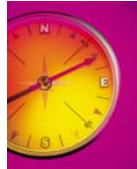
....ma l'obiettivo principale è IMPARARE!

STRATX 15

Bisognerà svolgere un certo numero di analisi prima di stabilire una linea strategica per la tua impresa



	A	B	C
P0	457	856	745
P1	542	596	789
P2	650	587	824
P3	745	900	1203



STRATX

16

Le ricerche di mercato forniscono dati sul mercato... sta a te stabilire priorità, ordini e interpretazioni

- Analisi del consumatore
- Panel di consumatori
- Analisi di distribuzione
- Scale sematiche
- Scalatura multi-dimensionale (MDS)
- Analisi congiunta
- Industrie di riferimento
- Previsione di mercato
- Pubblicità competitiva
- Forza di vendita competitiva
- Esperimenti pubblicitari
- Esperimenti di forza di vendita

STRATX

17

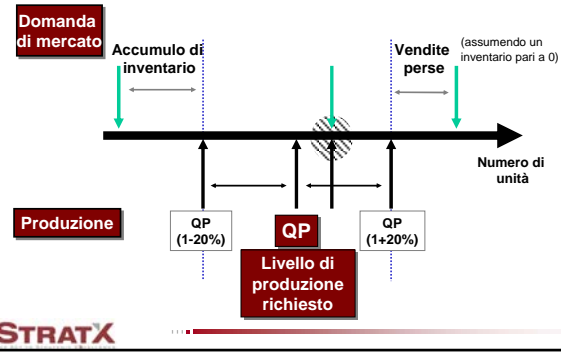
Una volta che la tua strategia è chiara, dovresti procedere con un certo numero di decisioni tattiche ogni anno

- 1) Pianificazione della produzione
- 2) Smaltimento dell'inventario
- 3) Fissazione dei prezzi
- 4) Azioni di comunicazione
- 5) Forza di vendita & distribuzione
- 6) Ricerche di mercato

STRATX

18

Il tuo centro di produzione adatterà automaticamente i livelli di produzione fino al 20% (+ o -) rispetto al tuo piano



Il confronto tra intenzione d'acquisto e quota di mercato può dare un'idea del volume di "vendite perse"



Il prezzo in Markstrat è fissato una volta l'anno

Prezzo consigliato al dettaglio = \$100

	Negozi specializzati	Grandi magazzini	Distribuzione di massa
Prezzo medio al dettaglio	\$100	\$100	\$90
Margine di Distrib.	\$40	\$30	\$27
Prezzo medio di vendita	\$60	\$70	\$63

La simulazione inizia alla fine del periodo iniziale, con la nuova direzione (tu!) che prende le decisioni per il periodo successivo

INIZIO

STRATX

25

Le decisioni per il primo periodo sono limitate rispetto alla gamma completa, così che il tuo gruppo possa familiarizzare con Markstrat

- Raccogli informazioni
- Non effettuare cambi radicali nell'operato della tua impresa
- Non introdurre nuove marche, modificare o ritirare quelle esistenti
- Non iniziare progetti R&D
- Non assegnare obiettivi intuitivi alla pubblicità

STRATX

26

Organizzati e dirigi il processo di gruppo

Sovraccarico di informazioni

Pressione del tempo

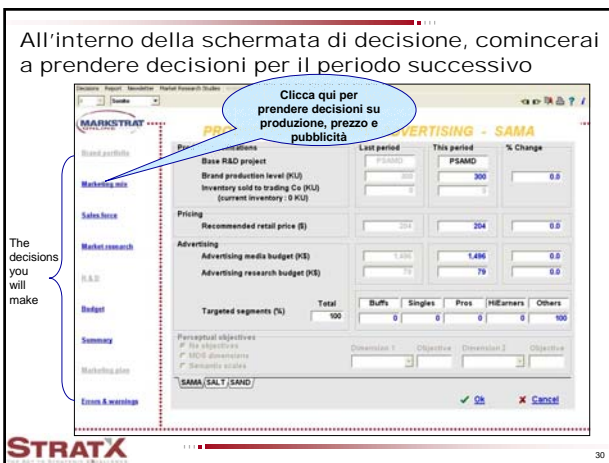
Opinioni contrastanti

STRATX

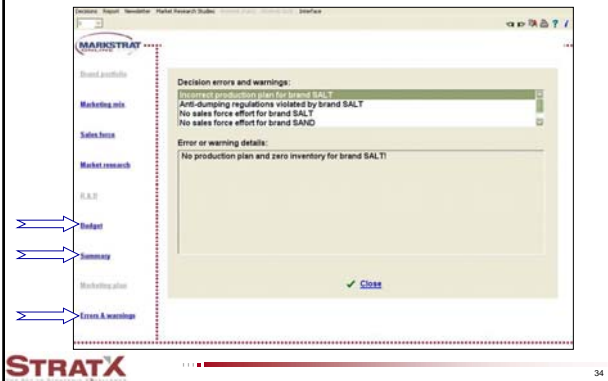
27







Puoi visualizzare la situazione delle tue decisioni in ogni momento



Non dimenticare di trasferire le tue decisioni all'istruttore chiudendo la sessione



Ai vostri posti, partenza, VIA!

Dai un nome alla tua impresa

Rispetta le scadenze



**Buona
Fortuna!**