

COLMARE I BISOGNI DI CIASCUN MERCATO

ESTERO

NOME DELL'AZIENDA

MUSTANG

Stato

Spagna

PANORAMICA

Mustang, è un'azienda di scarpe orientata all'esportazione, ha deciso di internazionalizzarsi 10 anni fa, aprendo il proprio centro operativo in Cina e diversi uffici negli Stati Uniti, tra gli altri.

PROCESSO DI INTERNAZIONALIZZAZIONE

Mustang è stata fondata nel 1961, e fin dall'inizio l'esportazione delle proprie scarpe è stata un aspetto importante per i fondatori. Per questo motivo, poiché l'azienda è riuscita a diventare leader nel proprio gruppo target (giovani donne), non si è mai persa nella loro mentalità l'idea di espandersi a livello internazionale.

Obiettivo:

- diventare un brand di scarpe riconosciuto a livello mondiale
- Mantenere una posizione di vantaggio coi suoi consumatori



per realizzare ciò, l'azienda ha un profondo controllo sui propri prodotti, garantendo che forma, colori e materiali siano in linea con le aspettative del gruppo target. Inoltre, l'azienda ha sempre utilizzato strumenti di comunicazione innovativi con i propri consumatori, muovendosi con il contesto in cui vivono le giovani donne. I clienti sono attratti dal loro uso della cultura, della musica, dal lavoro con le ultime tendenze, dalla collaborazione con gli influencer... i loro eventi e azioni di marketing hanno sempre cercato di essere in armonia con la mentalità dei loro potenziali consumatori.

Tuttavia, la loro internazionalizzazione non dipende solo dalla loro strategia di comunicazione. Mustang è riuscita ad entrare in più di 30 paesi attraverso una strategia che combina l'uso di agenti e distributori, a seconda del mercato. Mustang, inoltre, ha aperto un centro ad Hong Kong, per essere più vicina al mercato asiatico.

Un altro aspetto interessante alla base del successo dell'internazionalizzazione della Mustang è stato l'utilizzo dei "Crash Test". In questi eventi l'azienda mette alla prova tutte le proprie idee, non solo di prodotto ma anche di progetti di comunicazione, pubblicità, ecc., permettendo alle diverse persone che lavorano in azienda di esprimere la propria opinione e le proprie preoccupazioni su ciascuna di esse. Questi eventi sono realizzati in un punto di vista internazionale e servono anche come punto di incontro per coordinare le collezioni e garantire che funzionino nei diversi mercati.

ASPETTI CHIAVE

1. Definire il target group
2. Definire il tuo prodotto e fare in modo che sia compatibile con le aspettative del tuo target group y
3. Definire la campagna di comunicazione e diffusione
4. Assicurarsi che il tuo messaggio corrisponda alle aspettative del gruppo target
5. Ricordare che il prodotto deve essere adattato alle esigenze di ciascun Paese in cui si esporterà

DESCRIZIONE AZIENDALE

Mustang è un'azienda calzaturiera valenciana focalizzata sulla produzione di scarpe per giovani donne.

Hanno più di 2.000 spazi di vendita in Spagna e sono presenti in più di 30 paesi. Stanno vendendo leader nel loro gruppo target, con alta notorietà in Spagna.

Sito web:

www.mustang.es



Sources:

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2010/09/13/empresas/1284385199_850215.html