

ROZWIĄZANIE POTRZEB KAŻDEGO RYNKU ZAGRANICZNEGO

NAZWA ORGANIZACJI:

MUSTANG

Kraj:

Hiszpania

PRZEGLĄD

Mustang, firma obuwnicza zorientowana na eksport, zdecydowała się na internacjonalizację 10 lat temu, otwierając własne centrum operacyjne w Chinach i różne biura m. in. w USA.

PROCES INTERNACJONALIZACJI

Mustang został założony w 1961 r. i od początku eksport butów był ważnym aspektem dla jego założycieli. Z tego powodu, gdy firmie udało się zdobyć pozycję lidera w grupie docelowej (młode kobiety), nigdy nie straciła z oczu pomysłu na ekspansję międzynarodową.

Cel:

- Stać się globalnie rozpoznawalną marką obuwia
- Utrzymanie uprzywilejowanej pozycji w świadomości konsumenta



Aby tak się stało, firma sprawuje głęboką kontrolę nad swoimi produktami, dbając o to, aby ich kształt, kolorystyka i materiały były zgodne z oczekiwaniami grupy docelowej. Ponadto, firma zawsze stosowała innowacyjne narzędzia komunikacji z konsumentami, poruszając się w kontekście, w którym żyją młode kobiety. Klientów przyciąga wykorzystanie kultury, muzyki, praca z najnowszymi trendami, współpraca z influencerami. Ich wydarzenia i działania marketingowe zawsze starały się być w harmonii z mentalnością ich potencjalnych konsumentów.

Ich internacjonalizacja nie zależy jednak wyłącznie od strategii komunikacyjnej. Mustangowi udało się wejść na rynki ponad 30 krajów dzięki strategii, która łączy wykorzystanie agentów i dystrybutorów, w zależności od rynków. Ponadto, Mustang otworzył centrum w Hong Kongu, aby być bliżej rynku azjatyckiego.

Innym interesującym aspektem sukcesu internacjonalizacji Mustanga było zastosowanie "Crash Testów". Podczas tych wydarzeń firma testuje wszystkie swoje pomysły, nie tylko dotyczące produktów, ale także projektów komunikacyjnych, reklamy, itp., pozwalając różnym osobom pracującym w firmie na wyrażenie opinii i wątpliwości na temat każdego z nich. Wydarzenia te odbywają się z międzynarodowego punktu widzenia i służą również jako miejsce spotkań, aby skoordynować kolekcje i zapewnić, że będą one funkcjonować na różnych rynkach.

KLUCZOWE ASPEKTY

1. Zdefiniuj swoją grupę docelową
2. Zdefiniuj swój produkt tak, aby spełniał oczekiwania grupy docelowej
3. Zdefiniuj swoją kampanię komunikacyjną
4. Upewnij się, że Twój przekaz jest zgodny z oczekiwaniami grupy docelowej
5. Zawsze pamiętaj, że każdy kraj ma inne wizje i oczekiwania

OPIS FIRMY

Mustang to firma obuwnicza z Walencji, która koncentruje się na produkcji butów dla młodych kobiet.

Posiadają ponad 2.000 punktów sprzedaży w Hiszpanii i są obecni w ponad 30 krajach. Są liderem sprzedaży w swojej grupie docelowej, ciesząc się dużym uznaniem w Hiszpanii.

Strona internetowa:
www.mustang.es



Źródło:

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

