

49. Marketinški Fokus

TRŽENJSKI PRIJEMI ZA RAST PO OKREVANJU TRGA PRIMER ELAN

2011

Leon Korošec, Elan d.o.o.

elan

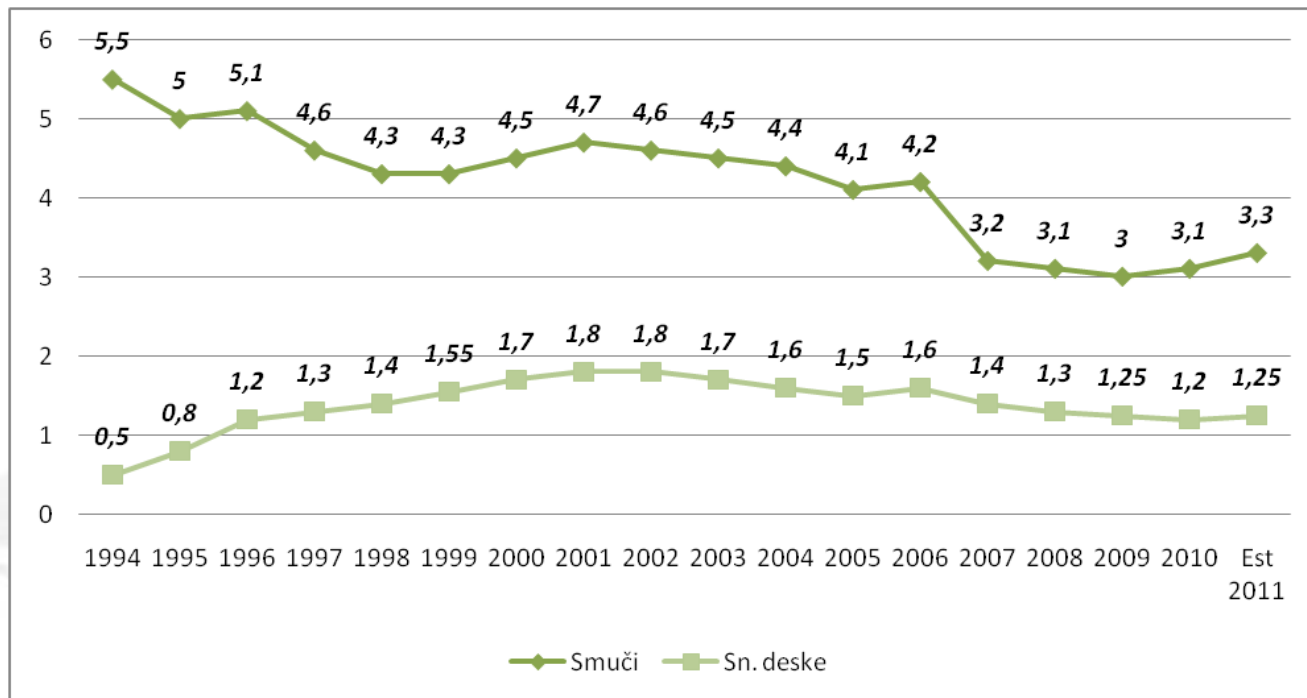
WWW.ELANSPORTS.COM

VSEBINA

STRATEGIJA BLAGOVNE ZNAMKE ► USPEŠNOST
Dolgoročna naravnost, konsistentnost in ... potrpljenje!

GLOBALNA KONKURENČNOST
Zagotoviti mesto na globalnem zemljevidu

ZIMSKO-ŠPORTNI TRG



- pozna zrelost – sezonska nihanja kot posledica zimskih razmer
- kriza trga po sezoni 2006/07 – sledila tri kritična leta
- rahlo okrevanje po sezoni 2009/10 (+10%) – zaupanje v trg

2011

elan

WWW.ELANSPO RTS.COM

ELAN V LETU 2010

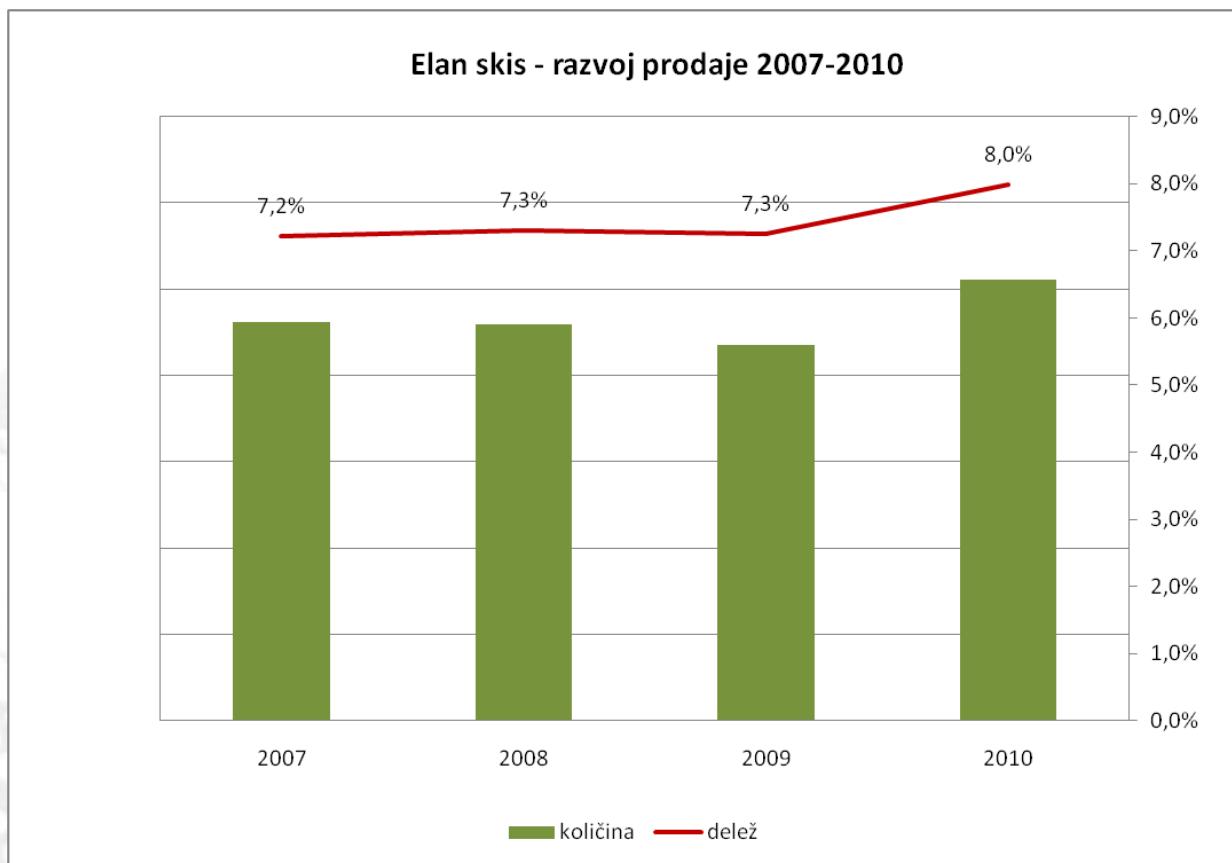
+ 20%

2011

elan

WWW.ELANSPORTS.COM

ELAN V LETU 2010



2011

elan

WWW.ELANSPO RTS.COM

DEJAVNIKI RASTI PRODAJE

INOVACIJE

Tehnološka dovršenost izdelkov, nenehno vlaganje v nove tehnologije in konsistentno komuniciranje zavezanosti inovacijam

DIZAJN

Umestitev dizajna v strategijo podjetja in organizacijsko strukturo, vlaganja v dizajn, oblikovalske nagrade kot zunanja potrditev

OSREDOTOČANJE

Poenostavitev produktne linije, večja izpostavljenost ključnih izdelkov (hero product), večja transarentnost ponudbe za kupca

POZICIONIRANJE

Nenehno iskanje dobre relativne vrednosti za potrošnika – zaznane objektivne in subjektivne koristi glede na vložen denar

FAKTORJI USPEHA IZHAJAJO IZ DOLGOROČNE STRATEGIJE ZNAMKE!



INOVACIJE

Elan in pomembnejši mejniki

1991	1996	2002	2006	2010
Monoblock	Carving	Fusion	WaveFlex	Amphibio
Monoblock	Carving	Fusion	WaveFlex	Amphibio
↓↑↑↓	↓↑↑↑	↑005	↑000	↑010

Priložnost se zgodi vsakih 4-5 let

Cilji

- repozicioniranje znamke
- ustvarjanje tržnega momenta
- “gorivo” za prodajno mrežo
- podpira strategijo znamke (innovation leader)

2011

elan

WWW.ELANSPO RTS.COM

INOVACIJE

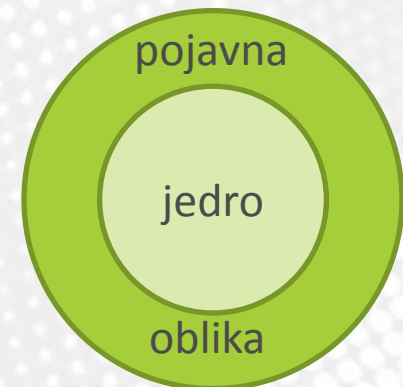
V prihodnosti bodo odločilno vlogo igrale INOVACIJE

“Innovationen sind in Zukunft das Entscheidende, nicht mehr das Marketing”

Matthias Horx, Verbraucher 2020

Potrošnik je v izbiri potrošnih dobrin:

- vedno bolj izobražen (web, ...)
- vedno bolj vključen v nakup
- premišljen in cenovno občutljiv



2011

elan

WWW.ELANSPO RTS.COM

DIZAJN

Pomen in pomembnost

Dizajn danes predstavlja enega od ključnih faktorjev uspeha potrošnih dobrin

Izjemna pomenost dizajna kot komponente blagovne znamke in s tem povezane izgradnje dolgoročne identitete znamke in njenih izdelkov

DIZAJN

11/12



2011

elan

WWW.ELANSPO RTS.COM

DIZAJN

Oblikovalske nagrade

zunanja potrditev oblikovalske odličnosti
argument v prodajnem procesu (trade-in ter sell-out)
“svetilnik” za potrošnika v “morju” produktne raznolikosti



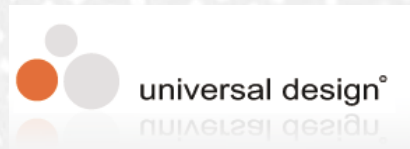
reddot design award
winner 2007



DESIGNPREIS
2008
SILBER



reddot design award
winner 2010



reddot design award
winner 2011



reddot design award
winner 2011

2011

elan

WWW.ELANSPO RTS.COM

DIZAJN

Dober dizajn te lahko ponese “izven meja panoge”



SLX (red dot 2010) v **D&G** izložbi
- Milano



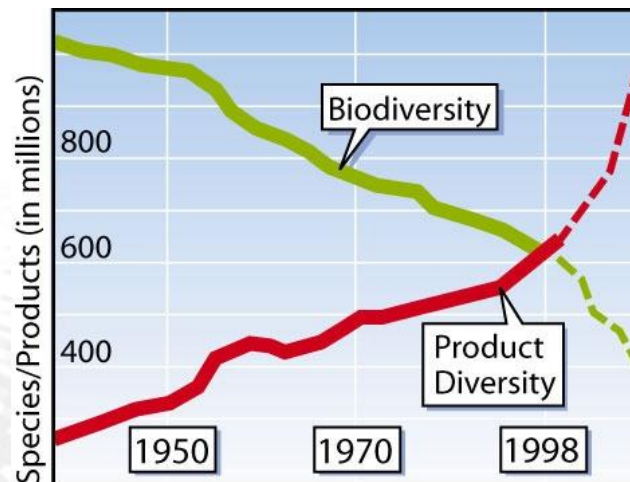
Amphibio Waveflex 14 v **Porsche Design Store** – Munich Airport

2011

elan

WWW.ELANSPORTS.COM

GLOBALNA KONKURENČNOST



Produktna raznolikost je že v letu 1998 presegla biološko raznolikost.

KAKO IZSTOPITI IZ MNOŽICE IN POSTATI IZBIRA POTROŠNIKA?

GLOBALNA KONKURENČNOST

Vodilni izdelek (hero product)

Globalno prepoznaven, sprejet, pomemben



Relevantnost

Za doseganje globalne konkurenčnosti na trgu potrošnih dobrin je potrebno imeti **vsaj en izdelek oziroma produkno skupino**, ki je za trg dovolj **relevantna** da jo percipira kot **vodilno** med sebi podobnimi.



Osredotočanje

Specialisti posvečajo trgu in izdelkom več časa in pozornosti in lako bolje preučijo **potrebe in želje trga** ter s tem tudi **bolj jasno in "ostro" (sharp) oblikujejo svoje izdelke in ponudbo**.

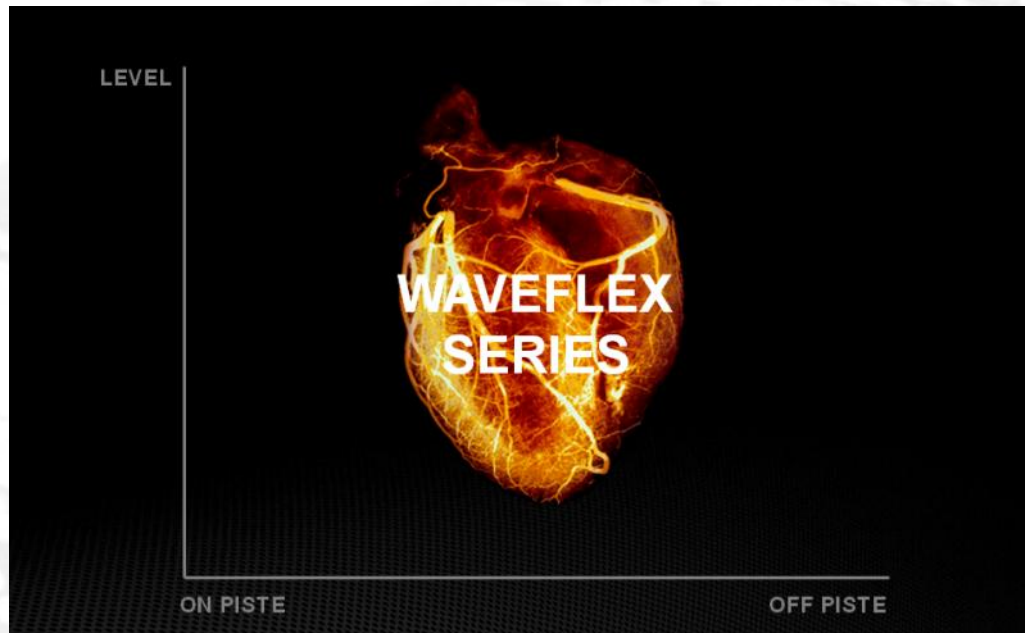
GLOBALNA KONKURENČNOST

ELAN ► Waveflex serija

“Srce” elanove kolekcije

Dosega daleč najvišjo stopnjo tržne penetracije

V prodajnem izboru večine ključnih kupcev



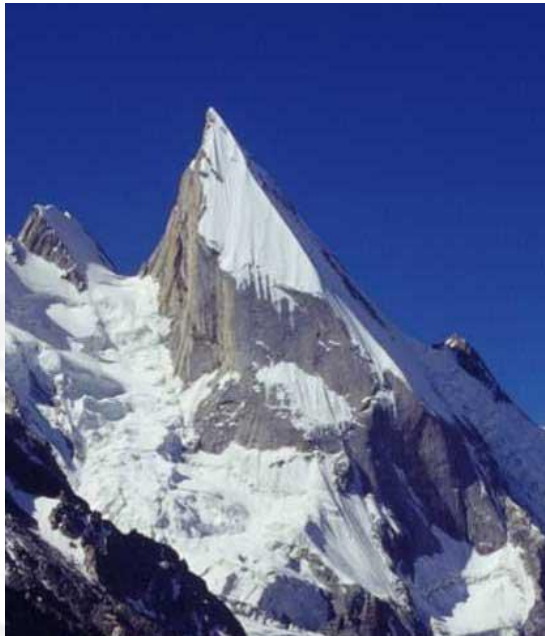
2011

elan

WWW.ELANSports.COM

GLOBALNA KONKURENČNOST

Kaj pomeni “hero product” za blagovno znamko?



tisto največ kar je znamka sposobna / zmožna



ELAN GROUP
general presentation

Real Tech
Slovenian
Specialized

Keep it pure and simple.

Brand values

Keep your spirit originally and exploit your heritage

Keep doing, what you do best
Specialists can make things better

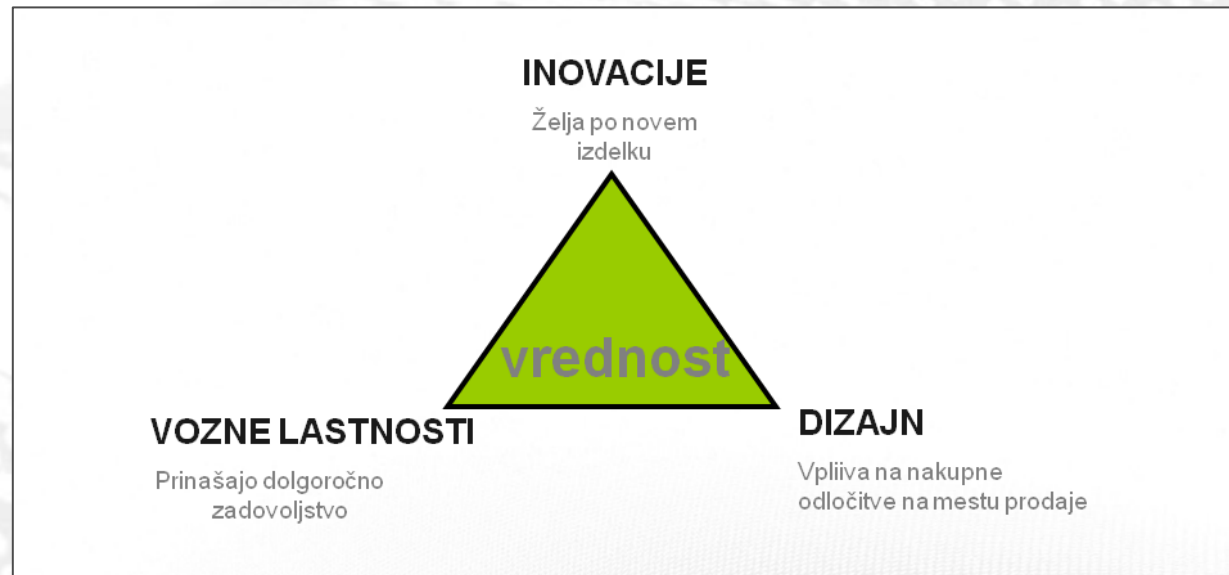
elan
www.elanskis.com

koncentracija vrednot blagovne znamke

GLOBALNA KONKURENČNOST

Kaj pomeni “hero product” za
upravljalce blagovne znamke?

BREZ KOMPOMISOV!



**NOVI
AMPHIBIO WAVEFLEX
2011/12**



GLOBALNA KONKURENČNOST

Novi Amphibio WaveFlex 14 in 82XTi sta izdelka iz vrha ponudbe WaveFlex serije



Design by
**PORSCHE DESIGN
STUDIO**



INOVACIJA

DIZAJN

VOZNE
LASTNOSTI

2011

elan

WWW.ELANSports.COM

HVALA!

2011

elan

WWW.ELANSPORTS.COM