



# DaimlerChrysler

---

Studiu de caz



## Privire de ansamblu :

---

Caz unic in industria automobilistica:

- produce atat masini mici ,sport,  
de lux , camionete sau  
camioane

Este cu adevarat o companie globala:

- cel putin cate o reprezentanta  
pe fiecare continent



## Privire de ansamblu :

---

Peste un bilion de investitori de diferite nationalitati.

Actiunile sunt vehiculate la toate bursele importante din lume .

31 decembrie 2004 – un capital de 35,7 bilioane de Euro



## Brand-uri si Produse

---

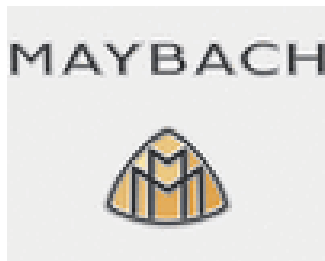
Are o mare varietate de produse si brand-uri de calitate .

Aceste brand-uri folosesc ultimele inovatii tehnologice pentru segmentul lor si sunt recunoscute ca fiind de cea mai buna calitate

# Grupul Mercedes

---

MAYBACH - piata de vanzare  
exclusivista (pret)



- lux , stil , tehnologie

- renume pe plan  
international

- public tinta : persoane cu  
posibilitati materiale foarte mari

# Grupul Mercedes

---

MERCEDES-BENZ – compromis între lux și preț

- se impune prin calitate



Mercedes-Benz

- oferă opțiuni mai puțin scumpe, fără a afecta imaginea

- public țintă : persoane cu o putere economică peste medie



## Grupul Mercedes

---

SMART – originale , dimensiuni  
reduse



- pret relativ mai redus
- perfecte pentru traficul aglomerat
- public tinta : tineri ,  
posibilitati financiare nu foarte mari

# Grupul Chrysler

---

DODGE – arie larga de tipuri de automobile



- automobile specifice pentru fiecare tip de meserie (agricultura, transport, etc) , dar si pentru familisti sau oameni de afaceri
- gama variata de preturi si cumparatori

# Grupul Chrysler

---

CHRYSLER – nume cu rezonanta



- produse de o inalta calitate
- design atragator , tehnologie moderna
- nivelul preturilor destul de ridicat, dar totusi variat



# Grupul Chrysler

---

JEEP – masini de teren



**Jeep**

- stil , lux , calitate , tehnologie de varf

- public tinta : persoane dinamice cu o situatie financiara foarte buna



## Strategii :

---

### 1. Prezenta globala

- exista reprezentante pe fiecare continent

### 2. Brand-uri puternice , cu renume

- toate brand-urile au avut deja o imagine foarte buna inca inainte de a fi cooptate in aceasta companie



## Strategii :

---

### 3.0 mare varietate de produse

- exista si o mare varietate in profilul posibililor cumparatori
- de la tineri , firme mici si mijlocii de diferite profiluri , pana la oameni de afaceri de mare succes sau persoane publice
- in consecinta si preturi variate



## Strategii :

---

### 4. Tehnologie de nivel foarte inalt

- chiar daca preturile sun destul de variate , calitatea tehnologica a masinilor ramane de cea mai buna calitate

- chiar cu dotarile minimale , un automobil isi pastreaza stilul si este usor recunoscut ca brand



## Strategii :

---

### 5. Implicarea in domeniul social

- ajutarea victimelor din Asia
- restaurarea Centrului George C. Marshall din Paris
- ajutarea victimelor cutremurului din Iran



## Strategii :

---

### 6. Promovarea

- elevilor
- studentilor
- absolventilor
- specialistilor
- oferirea unor programe de training
- locuri de munca atractive



# DaimlerChrysler

---

SFARSIT