

КАЗУС

НА ТЕМА:

**СЪЖИВЯВАНЕТО НА АВТОМОБИЛ МОДЕЛ „
CHEVROLETTE CAMARO”**

Изготвил:

Проверил:

София, 201X

1.Характеризирайте настоящия и потенциалния пазар на автомобил „ SHEVROLLETTE CAMARO”. Разграничете понятията нужда, потребност, желание, като имате предвид изложеното в текста.

Може да се твърди, че по-голямата част от потребителите на Камаро не са типичните спортни-купувачи на автомобили. С други думи, те не купуват най-добрата спортна кола. Вместо това, те закупуват Камаро. Те купуват това, което могат да си позволят. Това са хора от поколението Милениум, които са един или друг са успели, но нямат достатъчно доходи за една наистина спортна кола т.е. хора от средната класа до средния мениджмънт. Любителите на марката, купуват новото Камаро, поради това, че по този начин те сбъдват своята мечта, получават модерна и спортна визия и една култура. Те купуват емоция и отношение, не само своята мечта.

Имайки предвид, че покупката на Камаро се основава на ентусизъм, но по-важното е, че Шевролет се насочва към места, където марката не е присъствала (по-малки населени места), към масовата публика, които в момента навлизат на пазара на спортни автомобил. В същото време, потенциалните купувачи са много случайни купувачи, които търсят последните модели. Именно, привличането на подобни потребители може да помогне за разширяване на ролята на Camaro от една нишова кола към марка с ключов принос за успеха на Шевролет. Аналогично, Ford се е възползвал от усъвършенствания Mustang, като продажбите са скочили с над 61 процента до края на септември 2016г.¹

Също така, потенциален пазар са и купувачите на „muscle” автомобил. Те са много капризни и според IHS Automotive, пазарът на спортни коли - включващ Mustang, Camaro и Dodge Challenger – се

¹ <http://www.autonews.com/article/20151031/OEM03/311029974/redesigned-chevy-camaro-revs-up-u.s.-sports-car-race>