



Изготвил:

Проверил:

София, 2018

1. Описание на марката

Братята Рудолф и Адолф Даслер са започнали да правят обувки през 1924 г. и са създали фирма, наречена "Адидас". През 1948 г. Рудолф се отделя от компанията и започва компания, наречена Puma. Оттогава Puma се е превърнала в един от най-големите производители на спортни обувки в Германия.

Puma като марка се ангажира да развива продукти, които да имат принос за спортния свят, като подкрепя устойчивостта, мира и творчеството. Марката продължава да бъде световен лидер в производството на спортни обувки и облекла. Тя също се е насочила към производството на спортни съоръжения, часовници и други аксесоари.

Puma използва известни местни лица, за да популяризира продуктите си линии. Стратегията за диверсификация на продуктите се прилага, за да направи компанията по-привлекателна с цел приобщаване на диверсифицирана клиентска база.

2. Целеви сегмент (потребители)

Клиентите на Puma са хора със среден доход и такива които принадлежат към по-високия клас на обществото. Това са клиенти, които са по-съсредоточени върху своето благосъстояние и искат да живеят здравословно и да имат качествен начин на живот. За да привлече клиенти от различни сегменти, компанията идентифицира индивидуални характеристики като мотивация, начина на живот и нивото на фитнес култура. Puma работи върху тези параметри, за да популяризира своята марка и да я направи по-привлекателна за крайния клиент.

3. Различие от конкурентите

Цените на продуктите на Puma са достъпни в сравнение с конкурентите, които са по-високи като Reebok и Adidas. Използваната ценова стратегия има за цел да разграничаване на марката и качествените ѝ продукти от тези на конкурентните марки, чиито цени са по-високи. Освен това, Puma използва ценова стратегия, тъй като се опитва да се наложи като марка, която предлага премиална стойност на потребителите. Adidas и Reebok са единствените най-близки конкуренти на Puma, чиито цени са сравнително по-високи от Puma.

4. Образ на марката

PUMA е изградила образ на непрестанно развиваща се марка с ангажираност към спортно ориентирани клиенти.