
Մրցակիցների շուկայի ուսումնասիրություն

Zara, Bershka, MNG, New
Yorker

Էլեն Եսայան



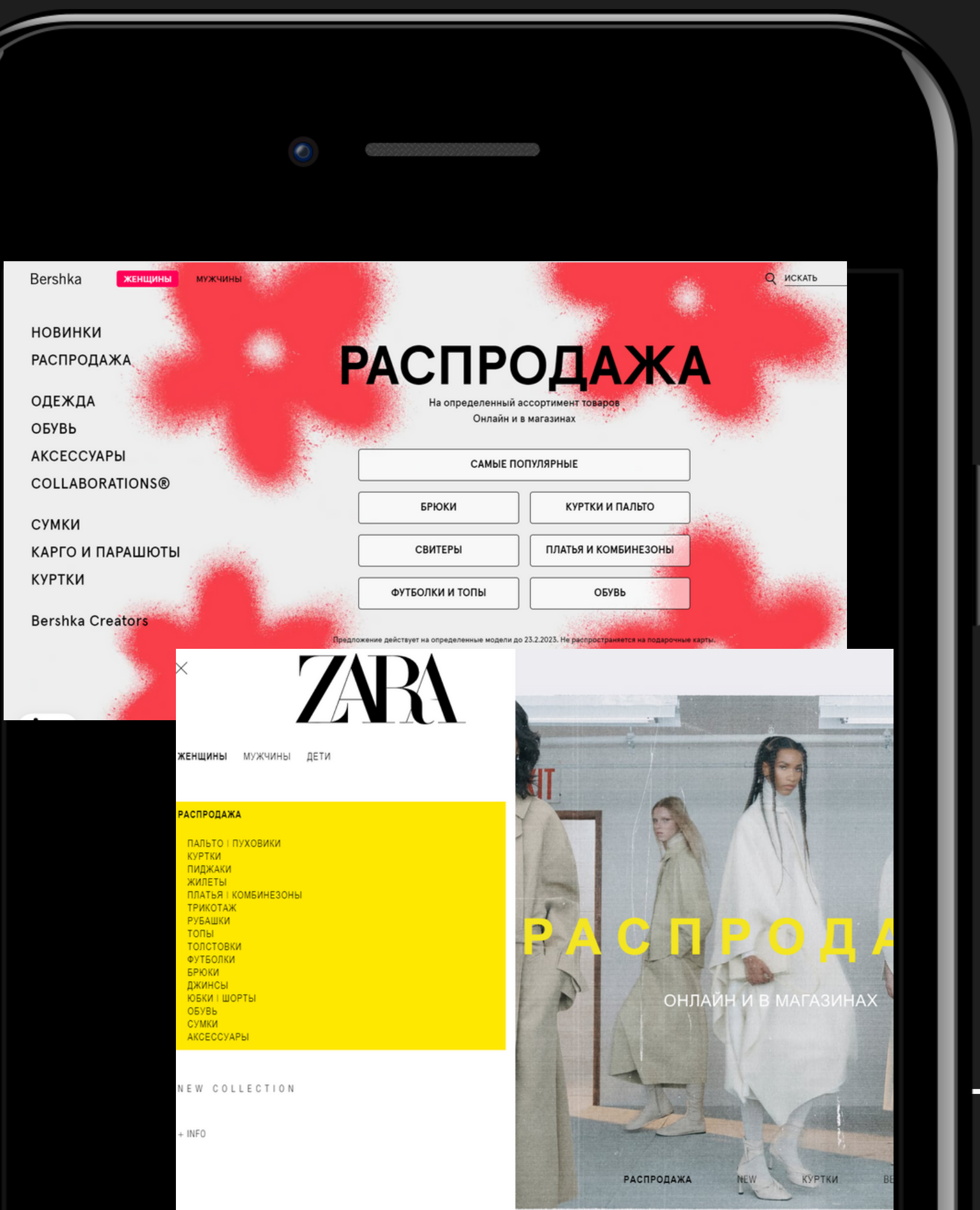
Կազմակերպության կայքը

Zara

Bershka

Mango

New Yorker



Թիրախային խումբը և գնային քաղաքականությունը

Zara

Zara խանութների հիմնական
հաճախորդները 26-35
տարեկան կանայք են:
Գների մակարդակը՝ մոտ
13.000-25.000 դրամ:

New Yorker

Բրենդը ուղղված է այն
երիտասարդներին, ովքեր
ցանկանում են հագնվել
որակյալ, նորաձև և
օրիգինալ համեմատաբար
ցածր գնով:

Bershka

Bershka-ի թիրախային
խարանը 16-ից 25
տարեկան աղջիկներն են:
Գների մակարդակը՝ մոտ
6000-18.000 դրամ:

MNG

Mango-ի թիրախային
խարանը 20-ից 40
տարեկան միջին խավի
կանայք և աղջիկներն են:
Գների մակարդակը՝ մոտ
9000-30.000 դրամ:

Արտադրանքի որակը

Նախ, եկեք նայենք խանութի դասերին, որոնք բաժանվում են 4 մասի՝ Low (New Yorker), Low Medium - (Zara, Bershka, Mango), Medium - Guess, Calvin Klein, Replay և վերջինը Premium (Prada, Dolce&Gabbana, Gucci):

Zara-ում վաճառվում է հագուստ, կոշիկ և արքեսուարներ: Մինուսները՝ մարդկանց բազմություն, չարժի գնել պայուսակ (մի քանի օրինակ են, կրկնվող) և կոշիկ (անորակ են), հաճախ իրերը պարզապես հատակին են, մարդիկ քայլում են դրանց վրայով և փչանում:

8/10

Bershka-ն ավելի քիչ է հայտնի, քան Zara-ն, հետևաբար՝ հասարակության մեջ նույն իրերի հետ կապված իրավիճակի հավանականությունն ավելի ցածր է: Մինուսները՝ նույնպես անորակ կոշիկներ և հանդերձարաններում մեծ հերթ: Միշտ կարելի է գտնել ինչ-որ հետաքրքիր բան, գրեթե ամեն ինչ որակյալ է, հարմար գներ են և իրական զեղչեր:

9/10

Mango-ում կա հագուստի մեծ ընտրություն, որակյալ ջինսեր և վերնահագուստ: Մինուսները՝ անհետաքրքիր արքեսուարներ և նմանատիպ կոշիկներ:

8/10

New Yorker խանութում թեև գներն իսկապես գրավիչ են սակայն հագուստի որակը հաճախ հակասական է: Եթե ձեզ հետաքրքրում են բնական և հարմարավետ կտորները ապա պարտադիր է ստուգել ապրանքի նկարագրությունը: Բացի հագուստի հավաքածուից, այստեղ դուք կգտնեք արքեսուարների և զարդերի հսկայական ընտրանի: Խանութների ցանցի առավելությունը չափսերի լայն տեսականի է:

7/10

Ամենամրցունակ ընկերությունը

Համեմատության արդյունքների շնորհիվ կարելի է եզրակացնել, որ ամենամրցունակ ընկերությունը, դա Bershka խանութ-սրահն է: Թիրախային խմբի մեծամասնությունը չեն հավանում միայն կոշիկները, մնացած առումներով Bershka-ն առաջընթաց է: Նրանք ունեն շատ գեղեցիկ և հարմար էջ, կատարում են գովազդներ և սոց-ցանցերում միշտ ակտիվ են:

