

Olegario Llamazares

2ª EDICIÓN
Ampliada y Actualizada

CASOS DE MARKETING INTERNACIONAL

GUÍA DE RESPUESTAS Y SOLUCIONES



GLOBALMARKETING

Publicaciones de empresa
www.globalnegotiator.com

GUÍAS DE RESPUESTAS Y SOLUCIONES

Esta Guía de Respuesta y Soluciones, de uso exclusivo para profesores, se corresponde con el libro Casos de Marketing Internacional del autor Olegario Llamazares, publicado por la editorial Global Marketing Strategies, S.L. A su vez los Casos son complementarios del libro Marketing Internacional publicado por el mismo autor y editorial.

Para cada caso la Guía ofrece:

- Respuestas a todas las preguntas y soluciones planteadas en los casos.
- Explicaciones para comprender las respuestas y soluciones que se aportan.
- Pautas para impartir los casos en cuanto a realización individual o en grupo, tiempo de realización, corrección, etc.

Queda prohibida la reimpresión, fotocopiado, venta online, envío o difusión gratuita a través de Internet de la totalidad o de cualquier parte de esta publicación digital

Ley de Propiedad Intelectual, 21/2014 de 4 de Noviembre

© Global Marketing Strategies, S.L., 2017

Ayala, 83

28006 Madrid

Tel.: 91-5782667

www.globalnegotiator.com

info@globalnegotiator.com

ISBN: 978-84-943909-4-4

Depósito legal: M-25093-2017

ÍNDICE DE CASOS

CASOS DE MARKETING INTERNACIONAL POR TEMAS

Lladró: Estrategias de marketing internacional.....	4
Pablosky: El plan de marketing internacional.....	7
Infotrade: Información y selección de mercados en Internet.....	10
Cupa Pizarras: Criterios de selección de mercados exteriores.....	13
Grupo Sada: Formas de entrada en mercados exteriores.....	18
Puertas San Rafael: Búsqueda de distribuidores internacionales.....	23
Fritta: Implantación de una Joint Venture en el exterior.....	28
Cola Cao: La adaptación de un producto al mercado chino.....	32
Zara: Estrategias de precios internacionales.....	36
Abadía Retuerta: Cálculo de precios de exportación.....	42
Camper: La comunicación de una marca internacional.....	44
Real Madrid: El liderazgo de una marca global.....	49

CASOS DEBATE DE MARKETING INTERNACIONAL

Mercadona: expansión local o internacional.....	59
Roca: estrategias de entrada en mercados emergentes.....	61
Ilallao: estandarización o adaptación del producto.....	63
Freixenet: marketing digital internacional.....	65

CASO LLADRÓ

Estrategias de Marketing Internacional

1. Identificar siete estrategias de marketing internacional de Lladró que hayan contribuido al éxito en su proceso de expansión internacional.
 - Definir las estrategias utilizando términos especializados de marketing
 - Utilizar un máximo de siete palabras para definir cada una de ellas.
 - Establecer un orden de importancia.

En esta pregunta se trata de que los alumnos hagan un esfuerzo de síntesis y resumen brevemente cuáles son las estrategias de marketing internacional que ha puesto en práctica Lladró de acuerdo a lo que se dice en el texto del caso.

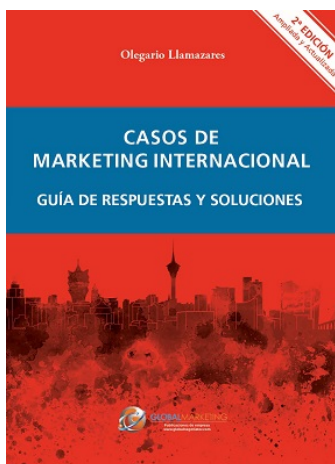
Para responder a la pregunta tienen que utilizar una regla muy común para hacer presentaciones: la regla del 7 x 7, es decir, elaborar un texto en forma de diapositiva de Power Point con no más de 7 argumentos que no tengan más de siete palabras cada uno. Una vez que han redactado los argumentos tienen que ordenarlos de mayor a menor importancia. Una respuesta correcta a esta pregunta es la que se muestra en el siguiente cuadro que se ajusta a una diapositiva de Power Point.

7 Factores de éxito en el marketing internacional de Lladró

1. Segmentación internacional adecuada: público objetivo sin fronteras
2. Posicionamiento global y único
3. Potenciación de la imagen de marca
4. Distribución en exclusiva, con tiendas propias
5. Fidelización del cliente (club de coleccionistas)
6. Homogeneización de precios internacionales (excepto Japón)
7. Esfuerzo en investigación de mercados (estudios cualitativos)

2. ¿Considera adecuada la diversificación de producto llevada a cabo por Lladró hacia el sector de la marroquinería (maletas y bolsos de piel) y complementos de vestir (corbatas, cinturones)? Justificar la respuesta en base a criterios de público objetivo, canal de distribución, competencia, etc.

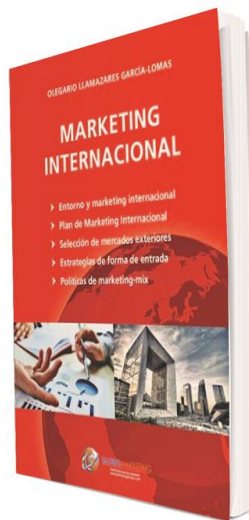
Para responder a esta pregunta hay que analizar las sinergias que se pueden producir entre los productos tradicionales de Lladró (figuras de porcelana) y los productos que se proponen para llevar a cabo la diversificación (bolsos y maletas de piel; corbatas y cinturones). En el cuadro siguiente analizan estas sinergias.



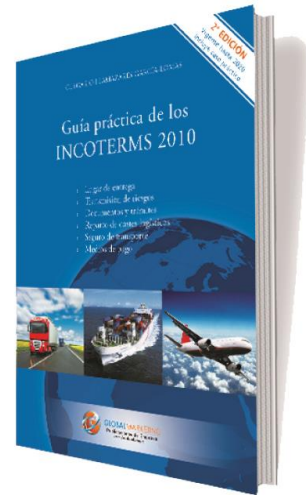
Para obtener la Guía de Respuestas completa clic en:

[Guía de Respuestas Casos de Marketing Internacional](#)

PUBLICACIONES PARA LA EMPRESA INTERNACIONAL



Marketing Internacional
PRECIO 19€



Guía práctica de los Incoterms 2010
PRECIO 22€



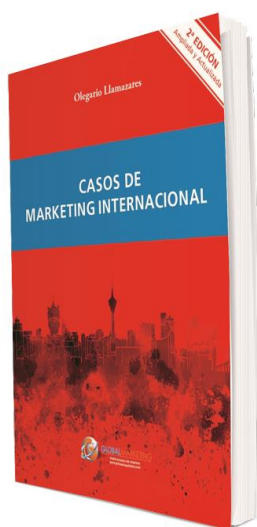
Cómo negociar con éxito en 50 países
PRECIO 25€



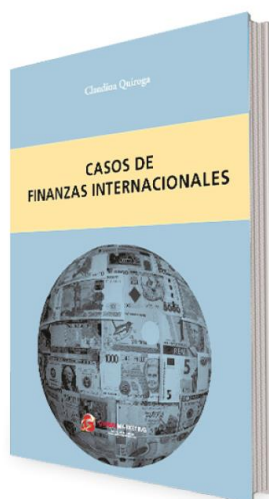
Los 100 documentos del comercio exterior
PRECIO 25€

Compra Online:
www.globalnegotiator.com
Información: 91 578 26 67
info@globalnegotiator.com

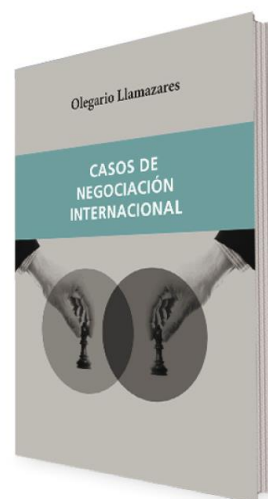
SERIE CASOS DE COMERCIO INTERNACIONAL



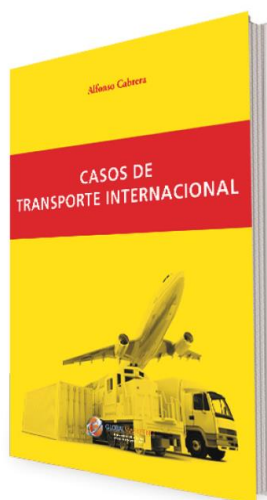
*Casos de Marketing
Internacional*
PRECIO 14€



*Casos de Finanzas
Internacionales*
PRECIO 14€



*Casos de Negociación
Internacional*
PRECIO 14€



*Casos de Transporte
Internacional*
PRECIO 14€



*Casos de Gestión Administrativa
del Comercio Internacional*
PRECIO 14€

Compra Online:
www.globalnegotiator.com
Información: 91 578 26 67
info@globalnegotiator.com