

La mode, c'est une
évolution, pas une
révolution. — **Giorgio Armani.**



It's all a game, with new
rules every season. - **Gabbana**

Cas Stratégique - Vendredi 26 mars



le château

1. Problématique

Vous devez proposer un plan de stratégie marketing au Groupe Le Château afin de définir un nouveau positionnement sur le marché du e-commerce américain. Il vous demande de nouvelles techniques afin d'attirer de nouveaux clients dans un marché saturé où la marque Le Château est pratiquement inconnue à l'heure actuelle.

2. Aucune contrainte de budget

3. Faits saillants

«THINK
out of the
BOX»

- ▶ *L'industrie du vêtement au détail a généré plus de 20,6 milliards de dollars en 2007 dont la moitié dans le secteur des vêtements pour femmes.*
- ▶ *Le Château possède 218 magasins au Canada, 4 dans la région de New York aux États-Unis et possède des licences de 9 magasins pour vendre ses produits au Moyen-Orient.*
- ▶ *La Chaîne se concentrant principalement sur les nouvelles tendances et tente d'anticiper celles à venir. C'est pourquoi elle se considère comme une marque avant-gardiste en matière de mode. La firme tente d'avoir l'avantage distinctif en étant plus rapide que ses concurrents pour identifier les nouvelles tendances. De plus, grâce à sa chaîne de valeur verticalement intégrée, le Château tente de livrer ses nouvelles créations le plus rapidement dans ses magasins*
- ▶ *Le positionnement stratégique d'un marché est un défi de taille pour un détaillant de vêtements. Certains analystes industriels ont relevé que dans ce domaine, il est impossible d'attirer tous les types de consommateurs.*