

Smartphone Industry in 2013: Samsung's Dilemma



Thecasesolutions.com

Smartphone Industry in 2013: Samsung's Dilemma



Thecasesolutions.com

PERMBAJTJA

1. Abstraktin
2. Historiku i kompanisë
3. Misioni dhe Vizioni i kompanisë
4. Teknikat dhe modelet e strategjive të marketingut
 - 4.1 Swot-analiza
 - 4.2 Pestel –analiza
 - 4.3 BCG Matricen
5. Analiza e tregut-konsumatoreve
6. Analiza e industrisë
7. Analiza e konkurrencës-5 forcat e Porterit
8. Strategjitë e 4P
 - 8.1 Strategjinë e produktit
 - 8.2 Strategjinë e cmimit
 - 8.3 Strategjinë e distribucionit
 - 8.4 Strategjinë e promovimit
9. Konstatime perfundimtare dhe sugjerime
10. Literaturë e konsultuar

Thecasesolutions.com

1. Apstrakti

Thecasesolutions.com

Ky hulumtim analizon strategjinë e marketingut që Samsungu ka përdorur në tregun e smartphone.

Ky hulumtim do të shqyrtojë produktin e prezantuar në vitet e fundit.

Kjo qasje duket e arsyeshme për shkak të ndryshimit të shpejtë të teknologjisë dhe futjen e vazhdueshme të produkteve të reja inovative brenda një periudhe të shkurtër kohore.

Hulumtimi do përfshijë misionin dhe vizionet, eksplorimin e mjedisit të brendshëm dhe të jashtëm të kompanisë.

Hulumtimi do të paraqes marketing mix e smartphone-ve të Samsung-ut në fazat fillestare, për të pasur një kuptim më të plotë se si Samsungu është modifikuar duke përdorur katër komponentët e marketing mixit për të fituar një avantazhë ndaj konkureteve të tij.

Më tej do të shohim se si Samsung-u vëren qdo nevojë të tregut dhe si ofron produkte për konsumatorë të ndryshëm. Studimi do finalizohet duke analizuar perceptimin e konsumatorëve në strategjinë e marketingut të përdorura nga Samsungu në produktet e tij smartphonë.

2. Historiku i Kompanisë

Samsung u themelua në 1938 nga Lee-Byung Chull dhe është quajtur fillimisht Samsung Sanghoe.

Në fillim ishte një biznes i vogël i eksportit Brenda Koresë që ka prodhuar ushqim dhe sheqer. Me vonë iu bashkua industris elektornike më 1960.

Samsung është një nga lojtarët më të mëdhenjë në botë të industrisë elektronike.

Ka qenë i pari që hyri në periudhën digjitale në vitet 2000-2010. Kjo periudhë ka qenë periudhë e ndryshimeve revolucionare.

Samsung i'u përgjegj mirë nevojës së teknologjis me produkte konkurruese dhe risi konstante duke hequr dorë nga produkte si telefonat PDA, tv LCD, Solaret e parë ku lansoi smartphone dhe krijoi tv më të holl në botë me 6.5mm. Ata aktualisht janë specializuar në pajisje digjitale, telefona, gjysmepërquesit etj

Samsung është një prej markave më të mëdha në treg.



Thecasesolutions.com

Disa vjet më parë, industria e celularëve është udhëhequr nga Motorola dhe Nokia. Por gjërat ndryshuan rrenjesisht, Samsung në industrinë e telefonis mobile ishte një kompani me paraqitje thuajse të ulët me produkte të dallueshme dhe kosto të ulët të produktit. Në më pak se një dekadë, ata arritën të dalin udhëheqësit e tregut në industrinë e smartphoneve.

Kohë më parë Samsung ishte duke luftuar për të kapur lojtarët e mëdhenjë si iPhone në tregun e Smartphone. Samsung ende mbetet prapa Apple edhe pas suksesit të tij në përceptimin e kompanive më innovative.

Thecasesolutions.com

Samsungu sot

Thecasesolutions.com

Udhëheqës në gjysmëpërçues,
telekomunikacion dhe teknologji
digjitale konvergjente

510 zyra dhe objektet
në 67 vende dhe 369.000 të punësuar
në mbarë botën

Quajtur një nga 50 kompanitë
e Botës më të admiruara nga
revista Fortune

Klasifikohet 9 ne top 100 brendet
me te mira boterote nga Interbrand

I dytë për patentën më të
suksesshme në SHBA në
2009 (IFI)

Në vitin 2004, Samsung fitoi një total
prej 33 çmime në konkurse të
projektimit të lartë në SHBA, Evropë
dhe Azi.

Partner i lojrave
olimpike që nga 1997

1/3 e smarphoneve te shitur ne
bote jan Samsung smartphone

Shitjet neto (2014):
US\$ 191 billion



3. Misioni dhe visioni

Thecasesolutions.com

Misioni I Samsung duket i fokusuar në ndërtimin markës së tij dhe të bëhet një udhëheqës krijues në tregjet e reja.

Misioni dhe visioni I Samsung është të arrij qëllimet e tij në tregun e smartphoneve, dhe të dijë se kush janë konsumatorët dhe se ku do të jenë në këtë treg.

Samsung është vendosur të ndryshojë reputacionin e tij i të qenurit ndjekës I shpejtë në udhëheqës krijues.

Në misionin e tij për të kapur titullin e të qenit udhëheqës krijues në tregun e Smartphone, udhëheqësit e Samsung besojnë se ata duhet rrënjësisht të transformojnë strategjitë dhe kulturën e kompanisë. Duke bërë R & D (Hulumtimi dhe Zhvillimi), Samsung do të jetë në gjendje për të kontrolluar fatin e tij.

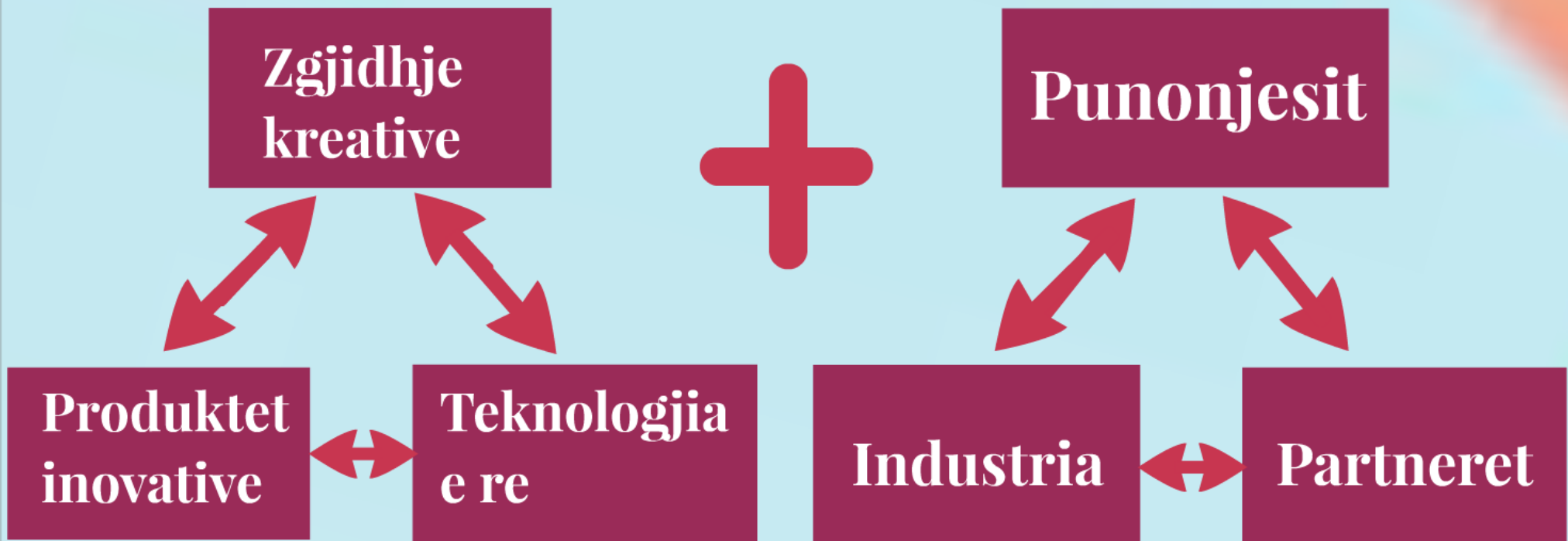
"Frymëzoje botën, krijoje të ardhmen", është deklaratë Samsung në vizionin e tij të 2020.

Samsung shpreson të kontribuojë një botë më të mirë dhe përvojë të pasur për të gjithë

Samsung ka vizionin për të arritur \$ 400 bilion të ardhura dhe të klasifikohet sa më lartë në pesë prej markave botërore 'deri 2020

Frymëzoje botën, krijoje të ardhmën

Thecasesolutions.com



Tre pikat e forta të Samsung dhe rrjetet thelbësore.