



Tata Nano

- Felipe Jorquera
- Esteban Bujes
- Augusto Oporto
- Felipe Narváez
- Macarena Friz

Thecasesolution.com

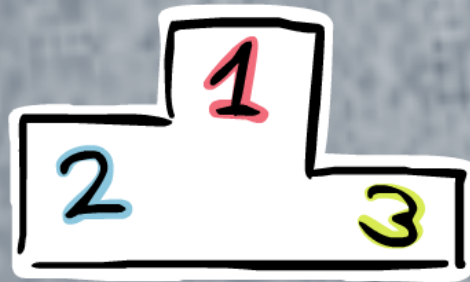


Tata Nano

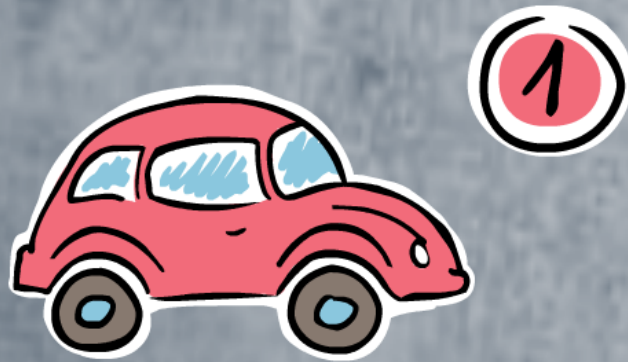
- Felipe Jorquera
- Esteban Bujes
- Augusto Oporto
- Felipe Narváez
- Macarena Friz

Thecasesolution.com

¿Qué metas de venta
recomendaríamos para Nano?



¿Cuál sería nuestra recomendación de posicionamiento para Nano?





¿Por qué esta estrategia de posicionamiento recomendada sería superior a otras estrategias que se pudieran considerar?





Antecedentes del caso

- Década del 2000 fuerte presencia a nivel global
- La competencia en India era difícil
- Vehículos de dos ruedas
- Vehículo compacto, sencillo y económico que pueda competir con las motos

Problemática encontrada

- Competir contra las costumbres hindúes
- Competencia con Suzuki Maruti 800
- Otras marcas de motocicletas



Hechos relevantes

- Sociedad hindú
- Situación económica deficiente
- Menores de 25 años
- Primacía de la clase media
- Alto porcentaje de los ingresos corresponden a transportes