



# SITAG-> Home Office

## Case study na konkurs „Studenckie gwiazdy sprzedaży” Rozszerzenie rynku dla wybranych produktów SITAG

### Firma

**SITAG Formy Siedzenia** jest producent wysokiej jakości krzesel i foteli biurowych. Kluczową część oferty firmy stanowią fotele produkowane na licencji szwajcarskiego lidera w branży foteli biurowych marki SITAG. Polska firma działająca pod Poznaniem od 1994r. dociera do swoich odbiorców poprzez sieć autoryzowanych dystrybutorów wyspecjalizowanych w wyposażeniu wnętrz biurowych. SITAG Formy Siedzenia wspólnie z dystrybutorami wyposażała w fotele obrotowe i konferencyjne wiele obiektów biurowych i użyteczności publicznej na terenie całej Polski m.in.: urzędy, uczelnie, oddziały banków, siedziby firm, salony sprzedaży, studia telewizyjne. Z uwagi na wielkość i charakter realizowanych zamówień SITAG Formy Siedzenia, równoległe do sieci dystrybutorów, ściśle współpracuje z architektami. Na potrzeby projektowania wnętrz biurowych poza katalogami produktów udostępnia próbki materiałów, atesty, certyfikaty, oceny ergonomiczne i bryły 3D foteli.

### Zadanie

We wrześniu 2011 roku firma SITAG Formy Siedzenia wzbogaciła portfolio o nowe produkty, których design budzi zainteresowanie również poza rynkiem mebli biurowych. Twoje zadanie to stworzenie strategii rozszerzenia rynku dla puf **SITI**, foteli **WOODI** i kolekcji grafik na fotelach **SITAG PREMIUM** o segment użytkowników prywatnych mebli domowych i biur w domu (Home Offices).

Przeanalizuj i zaplanuj działania zmierzające do rozszerzenia rynku odbiorców dla wymienionych produktów, w szczególności:

1. wybór grup docelowych, charakterystyka odbiorców
2. informacje o produktach, materiały i działania marketingowe
3. organizacja sprzedażowa, kanały dystrybucji i metody ich obsługi
4. budowanie szerokiej świadomości marki

