

Case nr. 5

H2O skal relanceres på alle markeder

De fleste kender tøjmærket H2O, som i 80'erne var et af de hotteste mærker på linje med Nike, Adidas og Hummel.

H2O-mærket blev startet i 1982 af anføreren på håndboldlandsholdet Jens Erik Roepstorff. H2O blev hurtigt en succes og omsatte for over 300 mio. kr. på årsbasis.

I dag ejes H2O af virksomheden Aktive Sportswear. Virksomheden mener, at der er gemt et stort potentiale i mærket. De fleste mennesker kender mærket, men køber det ikke af en eller anden grund. Omsætningen er faldet og faldet til ca. 100 mio. kr. i dag. Mærket er blevet misrøgtet, og kan efterhånden købes overalt hvor der sælges sportstøj.



Aktive Sportswear markedsfører, ud over H2O, også badmintonmærket Forza, outdoormærket Kilmanock og børnetøjmærket Color Kids. Endvidere har virksomheden agentur for løbemærket New Balance i Skandinavien.

Nu ønsker virksomheden en relancering af H2O. Det vil sige, at virksomheden ønsker at gennemgå alle parametre for at finde ud af, hvad der er gået galt.

Virksomhedens direktør anfører, at det ikke drejer sig om at få skabt volume men at finde ud af, hvordan konceptet fremover skal markedsføres.

Det er ikke kun i Danmark, virksomheden ønsker en relancering af H2O. Mærket skal også relanceres i Norge og Tyskland, som tidligere var store markeder for H2O.

Kilde: Baseret på Børsen, 11. juni 2010.

Du er blevet ansat som marketingkoordinator i Aktive Sportswear og skal stå for relanceringen af tøjmærket H2O. I første omgang drejer relanceringen om det danske marked og du skal til næste strategimøde fremlægge svarene på nedenstående spørgsmål.

1. Hvor befinder tøjmærket H2O sig på PLC-kurven?
2. Opstil nogle konkrete mål for relanceringen af H2O.
Der forventes mål bl.a. for kendskabsgrad og omsætning.
3. Forklar hvilken analysemetode der kan anvendes til f.eks. at finde ud af kendskabsgraden.

4. Foretag en segmentering af det danske marked for H₂O.
5. Fastlæg produktparameteren. Vær så detaljeret som muligt.
6. Fastlæg prisparameteren. Vær så detaljeret som muligt.
7. Fastlæg distributionsparameteren. Vær så detaljeret som muligt.
7. Fastlæg promotionparameteren.
Vær så detaljeret som muligt.