
阿迪达斯与耐克的市场决策

第一组

汇报者：贺志波 观点记录者：张荣林 其他组观点：朱伟勋
PPT制作者：何浩鑫 照片拍摄者：何怡晖 作业上传：李成茂



/01

20世纪90年代初，阿迪达斯的市场份额的极大减少是市场的不确定性导致的吗？

CONTENTS

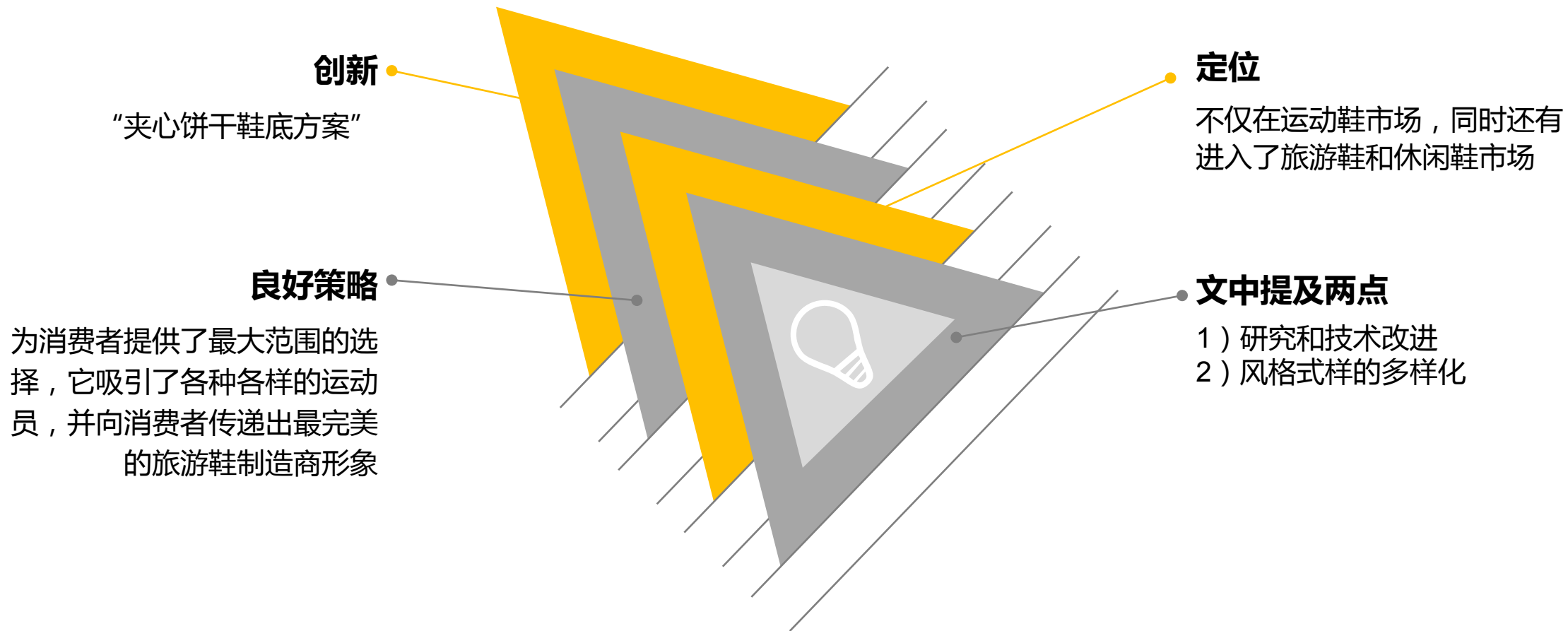
1. **不是，当时市场已经有了慢跑市场的趋势，而阿迪达斯只是仅仅感到吃惊，没有大规模进入慢跑市场**
2. **不是，因为在1980年代慢跑运动流行阿迪达斯没有抓住机会，让其他竞争者抓住机会，抢占市场**
3. **不是，阿迪达斯没有跟上时代变化趋势而改变自己的发展方向**
4. **不是，阿迪达斯面对竞争时没有表现统治力，说明他当时对自己的定位并不是很好**





/02

耐克公司的管理者制定了什么决策使它成功？

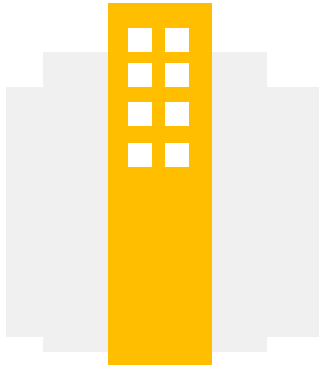




/03

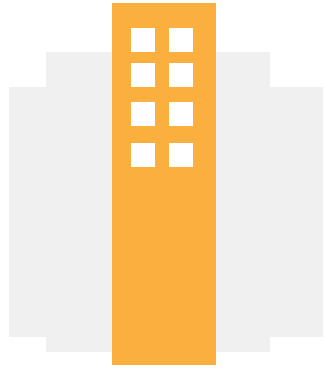
你认为阿迪达斯的该采取什么措施改变市场局面？

张荣林



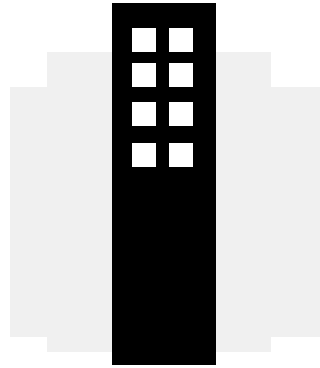
取长补短，不局限于自我，注重用户的体验，准确定位用户的需求，加强创新能力，引进科技人才，为企业注入新动力。

贺志波



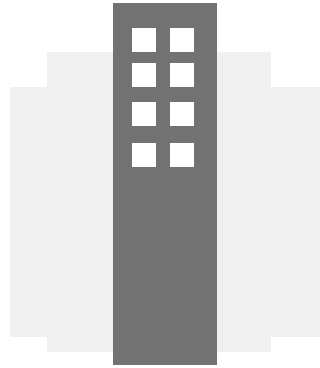
我认为阿迪达斯的管理者应该降低产品的价格并加入到生产慢跑鞋的市场，勇于创新。利用自身品牌的优势开发出好的适用于慢跑的运动鞋，以此来提高市场份额

何怡晖



- 1、拓展自己的业务，不止局限于竞技领域的跑鞋
- 2、抢占回市场，在当时不利的局面下，应该进行降价、促销等优惠，挽回客户
- 3、提高自己的品牌依赖度，品牌忠诚度，出类似三叶草、NEO类似的子品牌

李成茂



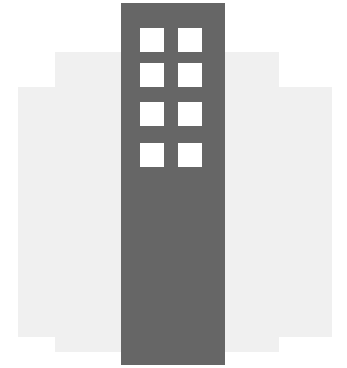
学习对手竞争策略，扩展业务范围，不断做大蛋糕，推出更多创新产品，更多的品种，扩展其他运动市场

朱伟勋



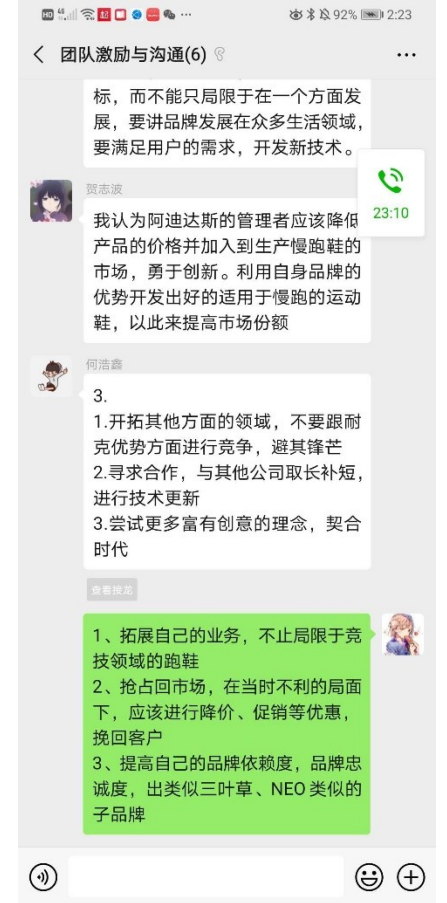
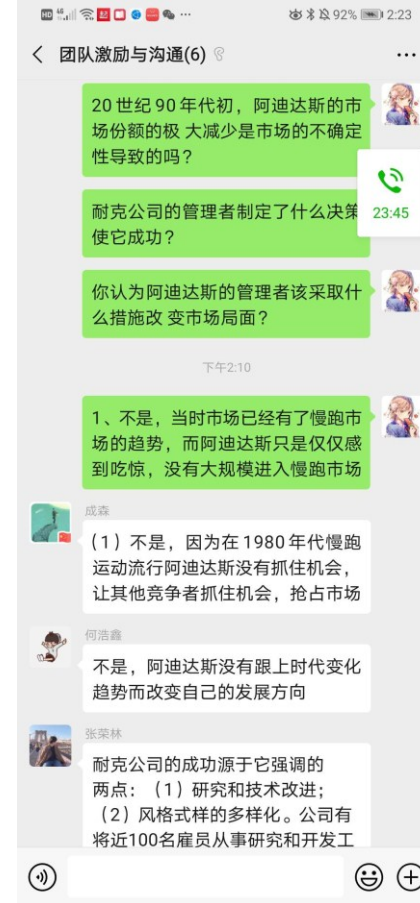
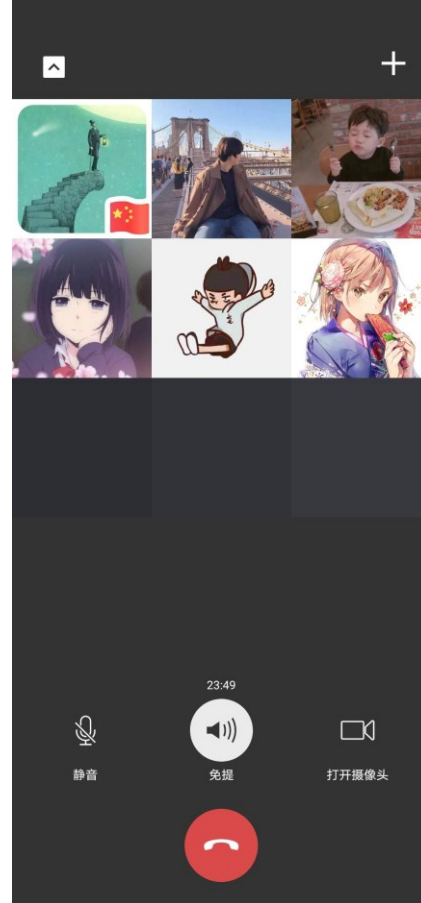
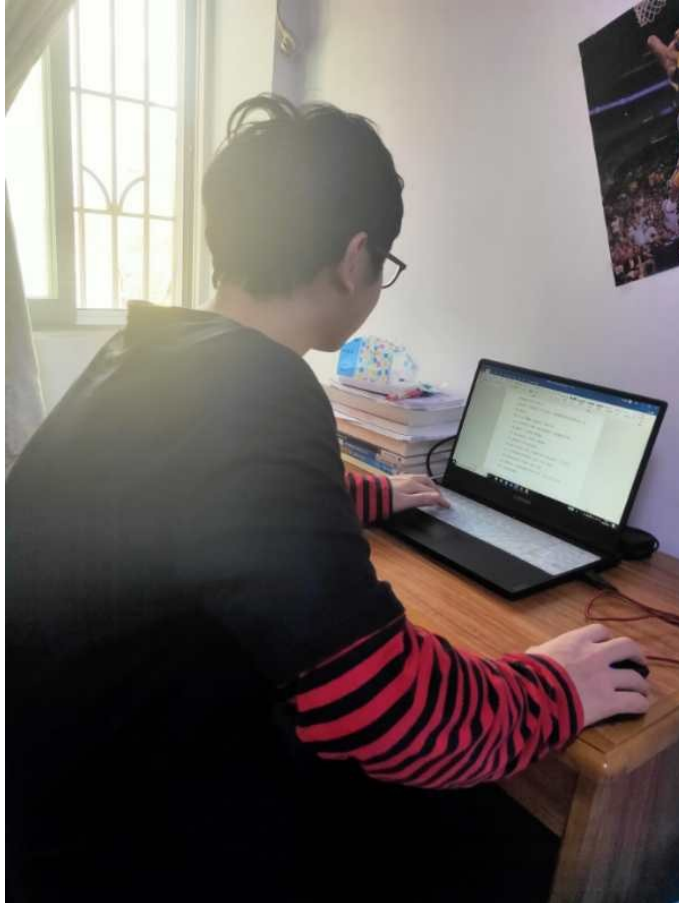
我认为阿迪达斯的管理者应该学会创新，改变策略，要有长远的目标，而不能只局限于在一个方面发展，要讲品牌发展在众多生活领域，要满足用户的需求，开发新技术

何浩鑫



- 1.开拓其他方面的领域，不要跟耐克优势方面进行竞争，避其锋芒
- 2.寻求合作，与其他公司取长补短，进行技术更新
- 3.尝试更多富有创意的理念，契合时代

讨论截图



The background features abstract geometric shapes. A large white triangle is positioned in the upper right, with a black triangle at its top vertex. The bottom-left corner of the white triangle is cut off by a diagonal line. Below this line, there are two overlapping yellow shapes: a larger one on the left and a smaller one on the right, separated by a thin orange diagonal line.

Thanks