



RED BULL

Jhonatan Meza González

Antonio

FODA

- Fortalezas

1. dar a conocer el producto en lugares concurridos, bares, discotecas, desarrollarse con otras ,marcas como Vodka.
2. pionera en el ámbito de las bebidas energéticas
3. alto consumo en jóvenes
4. Marca conocida internacionalmente

Debilidades

1. poca variedad en productos
2. el producto va mas centralizado en jóvenes
3. Costo de producto elevado



- Oportunidades

1. Mercados emergentes internacionales
2. Asociaciones con otras marcas
3. darse a conocer con otras marcas, comerciales

Amenazas

competencia: producto similar con un menor costo

Monster, Vive 100, etc.

FILOSOFÍA

- alta energía para la vida de sus consumidores
- está conectada a la idea de '**dar alas**' a los consumidores



VALORES

- Están orientado al deporte, jóvenes, la energía y el riesgo

VISIÓN

- Ser el grupo de comunicación multimedia de referencia con una contribución positiva en la sociedad, además de anticiparse a los gustos de la audiencia para mantener un gran atractivo para los anunciantes

MISIÓN

- La misión de Red Bull es ser el principal comercializador y distribuidor en Asia, Europa y otras partes del mundo.
- Logran la misión establecida mediante la construcción de relaciones a largo plazo con las personas que pueden hacer que se convierta en una realidad.

OBJETIVOS

- Red Bull Siempre intenta expandirse a nuevos públicos.



POLÍTICAS

ESTRATEGIAS

- enfoque de marketing y publicidad en la promoción de una filosofía de alta energía para la vida de sus consumidores, podría decirse que Red Bull vende una forma de vida en lugar de un simple producto de bebida energética.