



Apple

Sheyla Paola García Aguilar

Daniela Monserrat Jiménez Palacios



FORTALEZAS

- ❖ Distribución
- ❖ Servicios a clientes
- ❖ Productos de calidad
- ❖ Sistema exclusivo
- ❖ Fuertes imágenes de la marca

OPORTUNIDADES

- ❖ Globalización de la economía
- ❖ Aparición de nuevos canales de distribución
- ❖ Oportunidad de ampliar producto

DEBILIDADES

- ❖ Productos de alto precio
- ❖ Incompatibilidad con otro software
- ❖ Red de distribución limitada

AMENAZAS

- ❖ Impuestos en países
- ❖ Legal / política
- ❖ Social

FORTALEZAS

Distribución: Apple entre el año 2008 y 2022 tienen alrededor de 511 tiendas repartidas en 23 países y esto se da a través de medios de transporte aéreo ya que tienen contratos de millonarios y de prioridad.

Servicio a clientes: Apple tiene clientes fieles que dan potencial y hacen comprar los productos y los servicios que ofrecen.

Sistema exclusivo: Ofrece una tecnología que demuestra su fiabilidad, conquistando al público por un software intuitivo, rápido, moderno y con una calidad en la experiencia del usuario.

Sistema exclusivo: Se diseñó con la exclusividad de diseño teniendo en mente la seguridad, incluye un conjunto amplio de funciones de protección que respaldan su modelo exclusivo.

Fuerte imagen de la marca: Es una de las marcas más valiosas y fuertes en el mundo ya que se posiciona en el primer lugar a nivel mundial ya que la empresa es capaz de introducir productos rentables.

Altos márgenes de ganancia: Mantiene una estrategia de productos y precios Premium.



OPORTUNIDADES



Globalización de la economía: Apple registro un beneficio neto de 23.630 millones de dólares (19.563 millones de euros) en un segundo trimestre fiscal (de enero a marzo de 2021) lo que presenta un incremento de 110% respecto del resultado contabilizado en el mismo periodo del año pasado.

Aparición de nuevos canales de distribución: Apple se concentra en sus canales de distribución cuando E.E.UU. Y ahora tiene mas de 86 países de donde disponer.

Oportunidad de ampliar producto :tiene la oportunidad de ampliar los productos nuevos, por ejemplo el ipord



DEBILIDADES



Productos de alto precio: Apple tiene la debilidad sus ventas proviene casi en una totalidad del mercado de alta gama.

Incompatibilidad con otro software: Cuando un cliente compra un producto de Apple no son compatibles con otros programas o tecnología, por lo que son incompatibles con otro dispositivo.

Red de distribución limitada: La distribución esta limitada debido a la política de exclusividad de la empresa ya que Apple escoge cuidadosamente sus distribuidores autorizados de sus productos.



AMENAZAS



Impuestos en países: Apple paga cada dólar que corresponde en todo los países del mundo ya que tiene la responsabilidad, aproximadamente 35 millones de dólares en impuestos sobre la renta corporativa en los últimos tres años.

Legal/ política: Podrían ser demandado si llegaran faltar o una leí entre la política de estados unidos.

Medio ambiente: Minerales sucios y sangrientos generan gases de efecto invernadero que demás dispositivos electrónicos.

Social: Apple tiene que reducir los residuos en todas las etapas del producto desde el diseño y la fabricación.



Filosofía:

- Es el absoluto control de todos detalles.
- Es el secretismo que les rodea.
- Maneja equipos reducidos pero con mucho talento

Valores:

Valor 1: Con los usuarios Ofrecer productos superiores que satisfagan las necesidades reales y

tengan un valor duradero.

Valor 2: Agresividad Nos planteamos metas agresivas y nos esforzamos por cumplirlas.



Valor 3: Contribución social positiva Debemos hacer una contribución social positiva.

Valor 4: Innovación y visión La innovación y la visión constituyen a nuestra empresa al proveer

productos que son nuevos y necesarios.

Valor 5: Desempeño individual Esperamos un compromiso individual y un desempeño por

encima del estándar de la industria.

Valor 6: Espíritu de equipo El trabajo en equipo es esencial para el éxito de Apple, dado que

cada trabajo es demasiado grande como para ser realizado por una sola persona.

Valor 7: Calidad Nos importa lo que hacemos. Ponemos en los productos Apple un nivel de

calidad, desempeño y valor.

Valor 8: Recompensa individual Reconocemos la contribución de cada persona al éxito de

Apple y compartimos los beneficios financieros que provienen del alto desempeño.

Valor 9: Gran dirección las actitudes de los gerentes hacia la gente son de suma importancia

A dark grey arrow points to the right from the left edge of the slide. Below it, several thin, light blue lines curve upwards and to the right, creating a decorative border on the left side of the text area.

Visión: Hacer las cosas bien hechas y obtener excelentes resultados en el futuro.

Misión: Es llevar la mejor experiencia a sus clientes como su forma de trabajar de aprender y comunicarse a través de sus productos.

Objetivos: No es ganar dinero, sino ofrecer buenos productos



Estrategias:

El marketing de Apple incluye experiencia de usuario de primera calidad.

Apple se preocupa por proteger tu información personal en línea y además respaldamos

nuestros productos y servicios. Obtén más información sobre nuestro compromiso de

proteger tu privacidad y sobre nuestras políticas corporativas. Apple se ha comprometido a

proteger tu información privada.

Metas:

En efecto, su objetivo es diseñar productos que en principios sean fáciles de utilizar, pero les

adicionan funciones de seguridad y de alta tecnología. Lo que ayuda en términos reales a

mejorar la experiencia de los usuarios. Sobre todo, la empresa se preocupa por los detalles

más mínimos de sus productos.