DECATHLON

Ideazione

Le nostre squadre concepiscono ed ideano il prodotto, disegnandolo sulle reali esigenze degli sportivi e migliorandolo costantemente grazie ai test effettuati dai nostri ambasciatori ed alle recensioni degli utilizzatori sportivi.

Produzione

I nostri partner sono scelti con cura, ed instauriamo con loro relazioni di lunga durata che ci permettono di ottimizzare continuamente i processi e co-costruire i prodotti.

Distribuzione

I nostri store ed i volumi di vendita ci consentono di realizzare economie di scala, per offrire a tutti gli sportivi il giusto prodotto ad un prezzo sempre più basso.

SALDI ? NON PER NOI

Lo spirito di innovazione è diventato un elemento indispensabile della cultura d'Impresa per chi vuole costruire vantaggi competitivi solidi e durevoli. Per Decathlon, è la chiave per aprire le porte del mondo dello sport al più gran numero di persone, indipendentemente dalla pratica sportiva e dal livello. Le squadre di ideazione si concentrano su innovazioni prima di tutto funzionali, allo scopo di sorprendere costantemente e soddisfare gli sportivi. Se i nostri prezzi appaiono bassi, è grazie alla strategia "Smart Cost".

CONTATTO STAMPA nicoletta.latorre@decathlon.com

I team di Decathlon lavorano ogni giorno per offrire i prodotti ad un prezzo sempre più basso.

Press room

@decathlonitalia

@68Nicla

#CondiVivi

Processi di ideazione e produzione integrati (acquisto di materie prime, ideazione a costo prefissato, gestione della catena logistica, ecc) ed una ideazione basata sulla padronanza dei costi ad ogni livello della catena di valore. Utilizzando meno materiale o materiali riciclati, investendo su nuove forme per utilizzare meno risorse, integrando nuove tecnologie nei prodotti, Decathlon (forte dei suoi 40 anni di presenza sul mercato) conosce bene le leve per agire in favore del cliente e dello sportivo.

Una comunicazione senza saldi

In questo contesto, appare chiaro come l'operazione classicamente dedicata ai saldi appaia lontana dal nostro business model, più fortemente centrato sulla volontà di offrire costantemente il prezzo più basso possibile.

Per assicurare coerenza a questo posizionamento sul prezzo, anche la comunicazione esterna dunque evolve e rafforza il concetto che "Ogni sportivo ha la propria sfida. La nostra è abbassare i prezzi".

Nel 2017, abbiamo abbassato il prezzo di 1000 prodotti, per sempre.

La campagna che farà da sfondo all'estate (sul web, in radio, in store, sui social media e sul sito dedicato) sarà dunque incentrata unicamente su questo messaggio.

CONTATTO STAMPA nicoletta.latorre@decathlon.com