

XB12S

Cliente: **BUELL EUROPE** Año del proyecto: **2006** Tipología: **Estrategias de posicionamiento para producto, Diseño de producto y color&trim**

Buell quedó sorprendida cuando de la sencillez e inversión prácticamente cero vieron que su producto volvía a funcionar. Ellos pensaban que el problema era el PVP, así que ya habían pensado en reducir su margen comercial. Pero llegué yo y les dije que ese no era el problema.



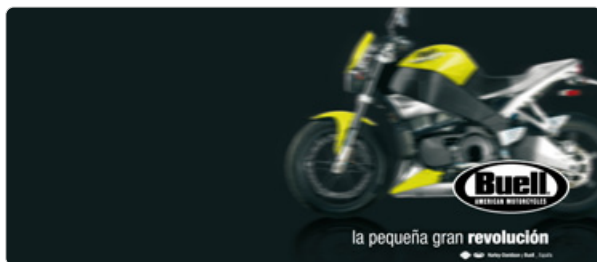
"recuerda que algo que te hace disfrutar de verdad nunca cuesta demasiado."

Este estudio se hizo para dar herramientas con las que optimizar el producto y mejorar la "decisión de compra".

Las **BUELL** nacen de una historia diferencial: rugen como una Harley-Davidson®. Son productos elitistas: de sensaciones genuinas, pero parecía que su venta estaba estancada. En Buell se preguntaban si el problema era el precio.

Mi solución pasó por enfatizar los elementos diferenciales de manera visible, aconsejar asequibles "retoques" técnico-cosméticos con los que re-proyectar con fuerza a la XB12S, y volver a enamorar al biker genuino, marcando diferencias. El precio no era el problema.

Y así fue. Durante 2007-2008, la pequeña de las Buell duplicó su volumen de negocio.



For further information and hi-resolution images please contact:

JOSEP BOLART CORTAZAR
bolart@bolartdesign.com

General info:
T +34 667 564 751
design@bolartdesign.com
www.bolartdesign.com

designlab
Oliveres 11, 1-1
08231 Ullastrell
Barcelona