


Fracasos de éxitos




MARVEL

FRACASO

- 1996 bancarrota por la caída del cómic en papel.

ÉXITOS

- Líder indiscutible de cómic.
- Aprovecha el valor de su ventaja competitiva, que no era el cómic, si no el universo de historias y superhéroes interconectados entre sí. Solo cambió el formato, de papel, a pantalla (cine, televisión, streaming...)




MINI

FRACASO

- Finales de los 90's problemas de MG y Rover.

ÉXITOS

- Icono de la generación 60 y 70.
- Tras la compra por BMW, a principios del nuevo siglo revitalizaron su ventaja competitiva y mantuvieron la producción en Reino Unido, conservando el status británico y convirtiéndose en el accesorio chic en los barrios de moda.




OLD SPICE

FRACASO

- Marca olvidada por las nuevas generaciones y asociada a la fragancia de sus abuelos.

ÉXITOS

- Referente en lo años 50 y 60.
- A partir de 2006 cambia el foco de público y rejuvenece el producto con un mensaje adaptado a las plataformas digitales y a potenciar su viralidad: «The man your man could smell like ».




NEW BALANCE

FRACASO

- Decadencia en favor de otras marcas a principios del nuevo siglo.

ÉXITOS

- Tendencia en los años 80's y 90's.
- Gracias a la tendencia y el estilo de vida "runner" post-crisis, relanza sus productos bajo la línea fashion-sport.




DR MARTENS

FRACASO

- Decadencia con el cambio de siglo.

ÉXITOS

- Icono de los movimientos punk y grunge (años 70's, 80's y 90's).
- La nueva generación "influencer" revive la marca Dr. Martens como el símbolo revolucionario que fue.



NINTENDO

FRACASO

- A finales de los 90's no puede competir con las nuevas marcas.

ÉXITOS

- Domina el sector del videojuego en los años 80's y 90's.
- Sigue fiel a su estilo de entretenimiento y encuentra el nicho de mercado para usuarios que prefieren hacer ejercicio en casa y divertirse. DS, DS Lite y Wii.