

Bogdan Łukasik, Modern-Expo: sprzedawanie emocji, a nie produktu to kluczowy trend światowy - wideo

data aktualizacji: 2017.06.09



Najważniejszym trendem światowym jest sprzedawanie emocji, a nie produktów. Wyraźny jest też trend omnichannel. Można też obserwować łączenie różnych funkcji placówek handlowych - mówił Bogdan Łukasik, przewodniczący rady nadzorczej Modern-Expo, podczas 10. Kongresu Rynku FMCG.

- Najważniejszym trendem, obserwowanym praktycznie we wszystkich nowych conceptach sklepów, jakie powstają, jest sprzedawanie emocji, a nie produktów. Kolejnym wyraźnym trendem na rynku światowym jest omnichannel, czyli łączenie sprzedaży internetowej z tradycyjną - mówił Bogdan Łukasik, przewodniczący rady nadzorczej Modern-Expo, podczas 10. Kongresu Rynku FMCG.

- Można zaobserwować łączenie różnych funkcji placówek handlowych. W sklepach pojawiają się miejsca do pracy wspólnej, pojawiają się też punkty sprzedaży żywności na wynos, przygotowywanej na miejscu. Są nawet takie pomysły, że wieczorem w miejscu placówki handlowej pojawia się pop-up bar.

Zapraszamy do obejrzenia wideo.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/bogdan-lukasik-modern-expo-sprzedawanie-emocji-a-n,40425>