

Ewolucja marki własnej. Od no name do pełnego doświadczenia marki

data aktualizacji: 2016.08.16



W ramach cyklu "Nowoczesne metody zarządzania w handlu" Agnieszka Wiśniewska, Kierownik Marketingu Marek Własnych Intermarché, wygłosiła wykład na temat private labels pt. "Od no name do pełnego doświadczenia marki".

Czy wiesz, że:

- Marka własna może być brandem - 80 proc. konsumentów kupuje marki własne
- Pierwsza „marka własna” - Sainsbury - pojawiła się w 1882 r.
- W Polsce pierwsza marka własna to Tesco - 1997 r.
- Co minutę w Polsce sprzedaje się produkty marki własnej za 169 tys. zł
- 20 lat temu istotą marki własnej była najniższa cena; dzisiaj punktem wyjścia jest dobra jakość
- Marka własna śmiało wchodzi w obszary bio, eko, premium, a nawet regionalne
- W Amsterdamie na corocznych targach marki własnej wystawia się kilkanaście tysięcy firm

Powyższe informacje - i wiele innych - znajdziesz w pasjonującym wykładzie ekspertki Intermarché, na filmie poniżej

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/ewolucja-marki-wlasnej-od-no-name-do-pelnego-doswi,8244>