

# Moeilijke weg van C- naar A-merk

06-12-2005 01:00

GfK Marketing Services voert in zo'n 11 branches onderzoek uit naar de verkopen van artikelen via de detailhandel. Eén van de kenmerken van dergelijke onderzoeken is het registreren van producten op artikelniveau. Vanuit die basis kunnen de artikelen gegroepeerd worden tot segmenten en merken. Dan ligt het ook voor de hand om de merken verder in te delen naar de bekende A-, B- en C-merken en huismerken of "private labels". Het is echter lang niet altijd duidelijk welke merken nu vallen onder welke categorie.

Marc Nelissen