Het klinkklare effect van acties

13-05-2004 02:00

Patrick Langley, vaste gast op de Nationale DHZ sessie, rekende het publiek het klinkklare effect van een aantal prijspromoties voor. “Soms is extra aandacht al genoeg.” En: “Bij A-merken met een hoge prijs is -/- 15% vaak al voldoende.”

Marc Nelissen