De toegevoegde waarde van een A-merk tijdens de crisis

19-04-2013 02:00

Hoe kun je je als A-merkleverancier in handgereedschappen nog onderscheiden in een tijd waarin prijs erg belangrijk is? ‘Innovatie is essentieel’. En ‘juist in tijden van lager consumentenvertrouwen is de consument kritischer op de aankoop van producten: hij koopt minder, maar dan wel duurzaam.’

Marc Nelissen