

Zorg dat je geen grijze muis bent

08-04-2013 02:00

Het is lastig om de merknaam en het product los van elkaar te zien. Zoveel is duidelijk geworden na twee edities van Focusplaza's RetailShock, in Berlijn en in Breda. Zo'n 140 professionals konden 'vergeten' merken nieuw leven inblazen, maar kwamen niet los van de 'oude' invulling.

Marc Nelissen