

Pur: extra omzet en nieuwe klanten?

16-12-2003 01:00

Prijsdruk, veel private labels, weinig innovaties en al even weinig toegevoegde waarde. Dat zijn tot dusverre de kenmerken van het pur-assortiment in de bouwmarkten. Bison neemt de productgroep op de korrel. Met een compleet concept en bijbehorende campagne wil de fabrikant groei realiseren. Groei in de bouwstraat van de bouwmarkten, en uiteraard ook in de eigen portfolio.

Marc Nelissen