

Eurovoordeel voor A-merken?

04-05-2003 02:00

Door de invoering van de euro is de subjectieve beleving van prijsbedragen veranderd. Grote bedragen lijken kleiner en prijsverschillen zijn ongeveer gehalveerd. Is dat in het voordeel van de A-merken in hun strijd tegen prijsagressieve concurrenten? MIX stelde de vraag aan een aantal A-marketeers. Het algemene antwoord is "nee". Misschien op korte termijn wel, maar op de lange duur moeten de A-merken zich toch profileren met kwaliteit en toegevoegde waarde, is de gemiddelde opvatting.

Marc Nelissen