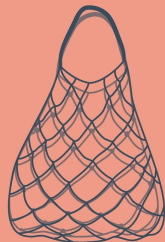


НОВАТА ПОТРЕБИТЕЛСКА КОШНИЦА



На 15 март преди 63 години за първи път са формулирани основните права на потребителите: правото на безопасност, правото на информация, правото на избор, правото да бъдеш чуто. През всички тези години производителите отговарят на тези права – някои по-добре, други не толкова.

Последните години предизвикаха много промени в нагласите на потребителите – COVID първо сви потреблението, след това последва рязко възстановяване, което за някои компании превърна 2021 г. в една от най-успешните.

Но тази година потребителите са притискана от инфлация върху стоки и услуги, варираща в различни размери. Това неминуемо оказва ефект върху това какво и как потребяват и покупателната им способност.

Производителите на храни и напитки, модните брандове, както и търговските вериги, са сред тези, които най-бързо трябва да се адаптират, за да запазят своите клиенти, но и да съумеят да направят това в ситуация на повишени разходи за производство и доставка заради циклон от кризи.

Към това предизвикателство се добавя и повишените изисквания на потребителите – те активно търсят хранителни продукти, модни стоки и услуги от компании, за които са убедени в тяхната отговорност за околната среда. Тук се изразява и все по-голям интерес към храни на растителна основа.

- Какви промени в потребителската кошница вижда българският бизнес?
- Как се променят изискванията на потребителите към качеството и какво търсят?
- Какви са предизвикателствата пред производството на храни и напитки?
- С какви трудности се сблъсква модният бранш и какво е мястото му в листа с покупки?
- Какви иновации на ниво производство, доставка и комуникации на стоки и услуги прилагат компаниите?
- Какъв е интересът към потребяването на био продукти?
- Какво място имат гурме продуктите в потребителската кошница?

Това са част от въпросите, на които ще търсим отговор на специалните страници на сп. "Мениджър" в бр. 11/2022 (на пазара от края на ноември до края на декември на като печатно и онлайн издание) и отправяме покана да споделите мнението си.

СРОК ЗА ПОЛУЧАВАНЕ НА МАТЕРИАЛИ: 14.11.2022 г.

ЦЕНИ ЗА УЧАСТИЕ:

Една страница реклама или текст – 4 350 лв.

Две страници реклама и/или текст – 6 550 лв.

Три страници реклама и/или текст – 7 650 лв.

Четири страници реклама и/или текст – 8 550 лв.

**Възможност за комбинация с банер кампания на manager.bg*

ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕДАКЦИОННИ УСЛУГИ:

Интервюта (въпроси + редактиране) – 150 лева
Native статия (написване от редактор) – 350 лева

***цените са без ДДС и включват публикуване на материалите и на www.manager.bg**