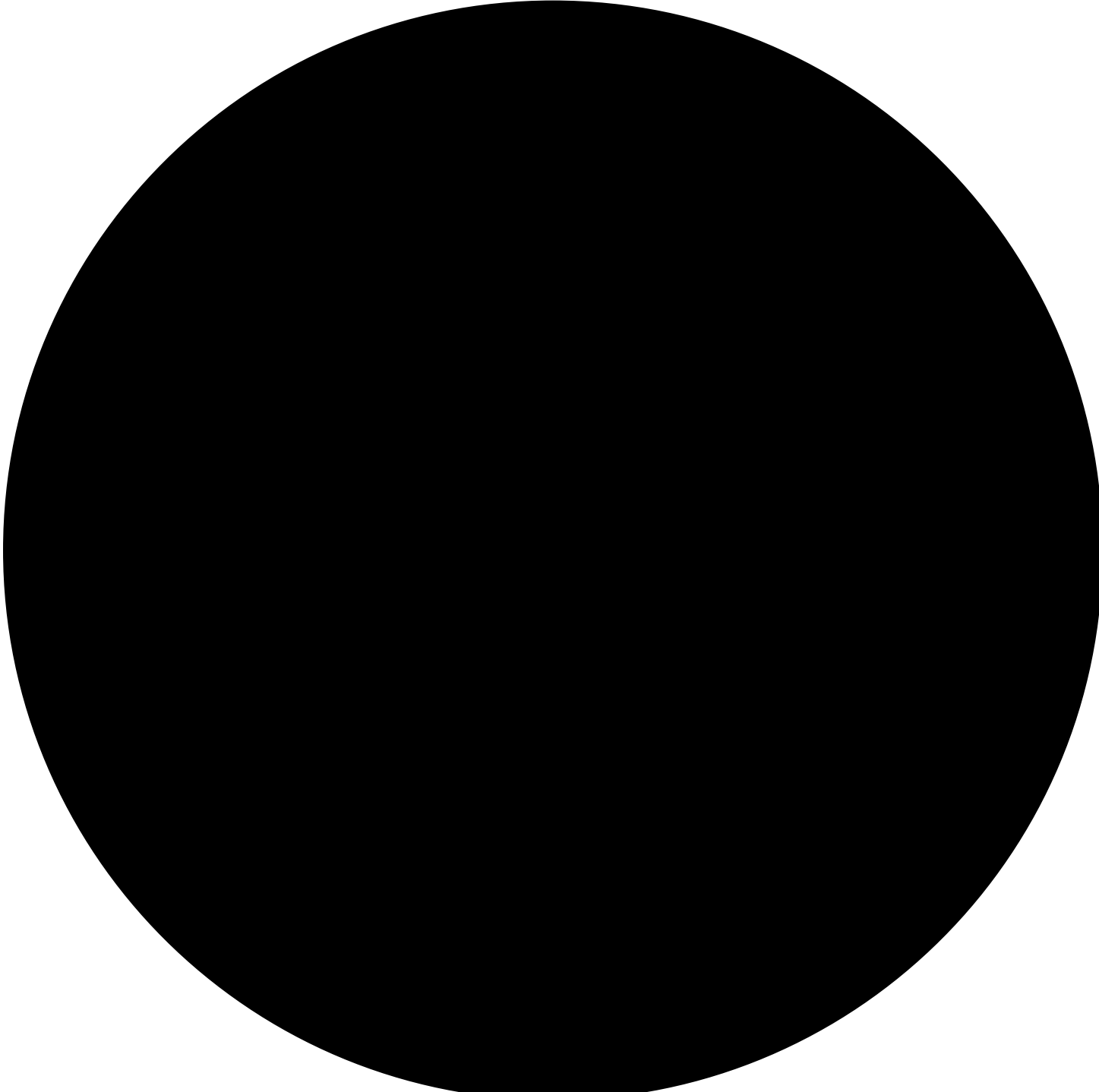


# **MARKA HANDIEN EREDUA, SORTZEN ARITZEAK ZALANTZAN JARRIA**

*Posted on 15/07/2016 by Naider*



Elikagaien industriako multinazional handiak, munduko marka ezagunenetako batzuk dituztenak, marka txikiagoek zalantzan jartzen dituzte, [\*The Economist\* a>](#). [Haien tamaina handiak, enpresa-sare handi baterako sarbideak eta telebistako publizitatean inbertitzeko diru-ahalmenak garrantzitsuak dira oraindik, baina jada ez dira lehen zirenak](#)

Garaitzen ari diren marka txikiagoek sartzeko oztopo baxuagoak aurkitzen dituzte: ekoizpena azpikontratatu

**dezakete eta sarean iragartzeko eta banatzeko aukera dute, harik eta izen bat egin arte. Telebistako publizitateari dagokionez, jada ez du eragin bera, kontsumitzaileek produktuak ezagutzen dituzte eta haien iritzia ematen dute sare sozialetan. Baina marka handien arazo nagusia, nabarmendu du The Economist-ek, ez dakitela kontsumo-merkatuaren aldaketei nola eutsi**

**Mendebaldeko herrialdeetan, kontsumitzaileek marka pribatuaren edo banatzaileen marken bila joateko aukera dute, oinarrizko produktu eta merke bat nahi badute, eta antzematen da zerbait bereziagoa nahi dutenean, agian, ez dutela ohiko ezagun baten bila jo. marka, baina konfiantza handiagoa transmititzen duten edo beste kezka motaren bat asetzen duten marka txikiagoentzat -produktu ekologikoak, naturalak, inguruko produktuak, etab. -. Garapen-bidean dauden ekonomiak dituzten herrialdeetan ikusten da, kontsumitzaileek Mendebaldeko marka handiak nagusizat hartzen baziren aurretik, egunero beren gustuak eta beharrak hobeto ezagutzen dituzten marken alde apustu handiagoa egiten dutela**

**BCG eta IRC-ek elkarrekin egindako ikerketa baten arabera, marka handiek %3ko merkatu kuota galdu dute AEBetan 2011 eta 2015 artean, eta Nestl ek, munduko elikagaien konpainiarik handienak, ez du lortu hiru urtez jarraian bere salmenta-helburua bete. %5-6ko hazkundera.**

**Nola erantzuten dute multinazional handiek? Abian dauden estrategien artean, esfortzuak finkatuta dauden marka gutxiagotan bideratzea, kostuak murriztea marjinak handitzeko eta enpresa berriagoak eskuratzea, merkaturatzea eta banaketa kudeatzeko, produktu berriak beraiek atera beharrean**

**There are no comments yet.**