Vilnius, 2020 m. sausio 4 d.

**Aukšta kokybė ir žema kaina – misija įmanoma: kodėl gyventojai vis dažniau renkasi privačius prekės ženklus**

**Visame pasaulyje vis didesnį pagreitį ir susidomėjimą įgaunantys privatūs prekės ženklai auga žaibiškai, o vartotojai yra linkę jais pasitikėti vis labiau, rodo tarptautiniai tyrimai. Ekspertai pasakoja, kad su tuo susijęs ne tik didžiulis pokytis mažmeninės prekybos sektoriaus strategijoje, bet ir besikeičiantis žmonių požiūris į apsipirkimą.**

Per paskutinius penkerius metus nuo 2015 iki 2019 m., privačių prekės ženklų JAV sugeneruojama apyvarta išaugo net 14 milijardų dolerių, o vidutinis metinis augimo tempas siekė 2,5 proc., t.y. dvigubai daugiau nei vardinių prekės ženklų, rodo tyrimų bendrovės „Nielsen“ naujausi duomenys.

Tai, kad žmonės ima vertinti privačių prekės ženklų kokybę, atskleidžia ir 2018 m. sudaryta „Nielsen“ pasaulinė privačių prekės ženklų ataskaita. Net 76 proc. Europos gyventojų teigė, kad laikui bėgant, jų požiūris į privačius prekės ženklus pagerėjo, o dar 76 proc. europiečių mano, kad privačių etikečių produktai pasižymi itin geru kainos ir kokybės santykiu.

**Perkant tik gaminį, išvengiama kitų išlaidų**

„Lidl“ pardavimų skatinimo departamento vadovo Lino Baltušio teigimu, nors iki šiol daugelis pirkėjų galvodavo, jog užtikrinti itin gerą kainos ir kokybės santykį privačių prekės ženklų produktams – misija neįmanoma, tačiau kuo toliau, tuo labiau parduotuvių klientai įsitikina, kad tai – realybė.

„Dažnai po privačia prekės etikete slepiasi gerai visiems žinomi produktai, daugelis jų yra gaminami net tų pačių tiekėjų, kurie siūlo ir gerai žinomus prekės ženklus. Derėdamiesi dėl šių produktų mes nemokame už gamintojo patiriamus rinkodaros kaštus, pardavimų skatinimus ar kitas su gamyba nesusijusias išlaidas, mes perkame tik patį produktą ir jo receptūrą. Dėl to galime pasiūlyti aukštą privačių prekės ženklų kokybę už geriausias kainas“, – sako L. Baltušis.

Anot jo, sausį startuojanti „Lidl“ reklaminė kampanija „Turi pasirinkimą“ sieks atkreipti gyventojų dėmesį į produktų kokybės ir kainos santykį: „Visą sausio mėnesį kviesime mūsų parduotuvių lankytojus rinktis. Kas savaitę prekybos tinklo klientų lauks ne tik gerai žinomų prekių ženklų pasiūlymai patraukliomis kainomis, bet ir privačių „Lidl“ prekių ženklų alternatyvos. Esame įsitikinę, kad nepaisant pirkėjų pasirinkimo, jie galės mėgautis itin aukštos kokybės gaminiais už visiems prieinamą kainą.“

**Požiūrį pakeitė ir prekybos tinklai**

Pardavimų skatinimo departamento vadovo teigimu, tai, kad pastaraisiais metais gyventojai skiria vis daugiau dėmesio privatiems prekės ženklams, yra susiję su pokyčiais prekybos tinklų sektoriuje.

„Anksčiau žmonės iš privačių prekės ženklų tikėdavosi tik geros kainos, tačiau tai neturėjo nieko bendro su kokybe. Jau kuris laikas Vakarų Europoje, o pastaruoju metu – ir Lietuvoje, požiūris į privačius prekės ženklus pasikeitė kardinaliai. Vartotojai yra linkę mažiau permokėti už gerai žinomus prekės ženklus, jeigu tokią pat kokybę galima nusipirkti už žymiai mažesnę kainą, perkant privačios etiketės produktus. Galima sakyti, kad tampame labiau sąmoningais pirkėjais, kuriems kokybė tampa svarbesniu veiksniu už žinomą vardą“, – teigia L. Baltušis.

**Kokybės keliamus reikalavimus paliudys kiekvienas gamintojas**

L. Baltušio teigimu, „Lidl“ pagrindinis uždavinys – užtikrinti aukščiausią kokybę už geriausią įmanomą kainą, o norint garantuoti itin aukštą produktų kokybę – negalima daryti jokių kompromisų. Anot jo, bet kuris Lietuvos ar užsienio tiekėjas galėtų paliudyti, kad bendradarbiavimas su „Lidl“ yra didelis iššūkis dėl keliamų reikalavimų privačios etikės produkcijos kokybei.

„Aukšta prekybos tinklo gaminių kokybė yra viena iš pamatinių mūsų vertybių, todėl nuolat investuojame daugybę savo laiko ir jėgų, tinkamai atsirinkdami ne tik prekes, bet ir jas tiekiančias gamintojus. Juk tai, kad šios įmonės gamins po mūsų prekiniu ženklu, reiškia itin daug, nes būtent mes prisiimame visą atsakomybę, susijusią su šiais produktais“, – sako „Lidl“ Pardavimų skatinimo departamento vadovas.

**Daugiau informacijos:**

Greta Cibulskaitė

Korporatyvinių reikalų ir komunikacijos departamentas

UAB „Lidl Lietuva“

Tel. +370 5 250 3045, +370 662 02 236

greta.cibulskaite@lidl.lt