

Marknadsexperter: Billig Iyax tappar hela glansen

Publisher: Dagens Industri

Year: 2003



Marknadsexperter: Billig lyx tappar hela glansen

DI Carl Björk

cb@redaktion.se

08-726 57 30

Det finns ingenting som heter billig lyx, konstaterar affärstidningen Financial Times i en granskning av modevärlden.

"När ett exklusivt varumärke reas ut utan naturliga skäl så förlorar varumärket sin status", säger **Nirmalya Kumar**, professor i marknadsföring vid London Business School, till FT.

Livsstilstidskriften Wallpapers grundare **Tyler Brülé** hävdar att ett varumärkes rykte kan hamna i

gungning om det börjar florerera i fel målgrupper. Det fick till exempel Lacoste erfarva när företaget började sänka priserna för att etablera sig i USA.

"När de rika amerikanerna såg att deras chaufförer bar alligatormärket på sina kläder så förlorade det all sin dragningskraft", säger

Nirmalya Kumar till FT.

På marknadskonsultbolaget Research International håller man med, och nämner italienska Guccis försäljning av nyckelringar som en stor felsatsning. Andra företag som anses ha sänkt sin status med liknande agerande är Chanel och Christian Dior. □