

We wrześniu sieć sklepów franczyzowych Chata Polska wprowadza 10 produktów w nowej dla swojej marki własnej „Dobra Nasza” kategorii. Są to produkty zaliczane do drobnych artykułów przemysłowych (ściereczki, zmywaki) oraz higienicznych (m.in. ręczniki kuchenne), które są niezbędne w każdym gospodarstwie domowym.

Nowa seria produktów charakteryzuje się niepowtarzalnym jak na tę kategorię produktów designem opakowań, który jak wykazały badania nie tylko wyróżnia produkt na półce ale przede wszystkim zwiększa wiarygodność produktów w oczach konsumenta. Chata Polska mocno inwestuje w rozwój marki własnej i dlatego od początku roku w sklepach tej sieci pojawiło się już ponad 30 nowych produktów marki „Dobra Nasza” z takich kategorii jak nabiał, przekąski czy słodczyce.

- Zdajemy sobie sprawę z trendów rynkowych, według których rozwój marek własnych w Polsce ma ogromny potencjał – mówi Marcin Fijoł, Dyrektor Marketingu Chaty Polskiej – Właśnie dlatego inwestujemy w ten obszar działalności naszej sieci i planujemy dalszą ekspansję oferty marki „Dobra Nasza”. Jesteśmy przekonani, że dzięki temu zyska zarówno nasza sieć, franczyzobiorcy ale przede wszystkim nasi klienci.

Produkty marki własnej „Dobra Nasza” charakteryzują się atrakcyjną ceną oraz wysoką jakością, za którą stoją renomowani producenci m.in. Sokołów, Stovit, Rolnik. Dzięki temu klienci poznańskiej sieci mają pewność, że kupują produkty smaczne, o powtarzalnej i wysokiej jakości, nad czym czuwają na bieżąco specjaliści ds. marki własnej Chaty Polskiej.

Chata Polska