

ORANGE NEWSLETTER



broj 34 studeni 2012.

Potrošačka klima u Hrvatskoj – listopad 2012.

Rezultati novog vala istraživanja GfK barometra potvrđuju da su kućanstva u Hrvatskoj u nezavidnom položaju i dalje se ne nadaju boljem životu....

GfK index povjerenja potrošača

GfK indeks povjerenja potrošača zabilježio je u rujnu neznatan pad i time ostao na do sada najnižoj razini ...

Tržišni navigator – digitalna kamera

Od tri ovdje promatrane zemlje jedino je u Srbiji u prvoj polovini ove godine porasla prodaja digitalnih fotoaparata. U Sloveniji je došlo do oštrog količinskog pada dok je u Hrvatskoj zabilježen ipak nešto manji pad ...

Građani Hrvatske i poznavanje straih jezika

Hrvatska je zemlja koja se želi pozicionirati kao snažno turističko odredište a ubrzo treba ući i u novu zajednicu zemalja gdje planovi obrazovanja definiraju da svaki građanin EU treba znati barem tri jezika. Pa kakvo je danas poznavanje stranih jezika u Hrvatskoj?! ...

Europski potrošači ne očekuju brzi ekonomski oporavak

Novi rezultati „GfK Consumer Climate Europe“ za treći kvartal ove godine pokazuju vrlo različite ekonomske pokazatelje za pojedine zemlje EU ...

Amerika je i dalje zemlja kojoj se globalno ljudi najviše dive

Ukupno se mjeri image za 50 država, a SAD su već četvrtu godinu za redom na prvom mjestu - nacija s najboljom ukupnom reputacijom ...

GfK model „ljudskih odnosa“ otkriva veze koje potiču uspjeh marke

GfK pomaže marketerima u poticanju momentuma marke i uspjeha na tržištu korištenjem modela „ljudskih odnosa“ koji otkriva emotivnu i društvenu povezanost potrošača s markama ...

Organski proizvodi još uvijek suočeni s cjenovnim preprekama

Prema najnovijoj studiji „GfK Green Gauge Report“ ključni aspekti „zelene“ kulture - od organskog kupovanja do recikliranja - doživjeli su veliki pomak u posljednjih 20 godina ...