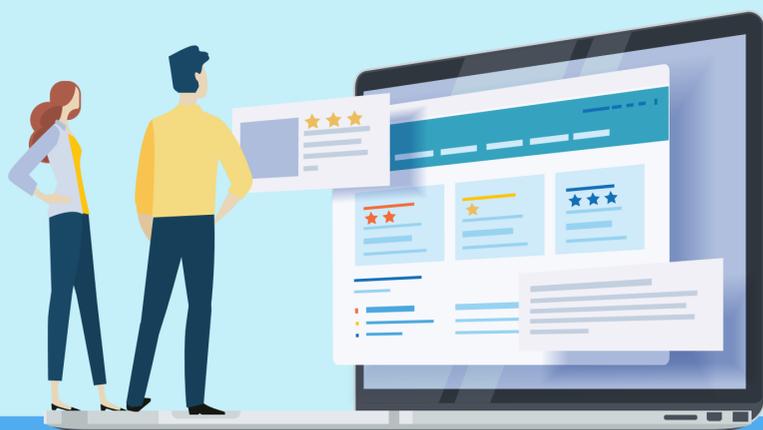


PRIVATE LABEL E INFLUENCER

GroupM analizza le due leve emergenti per il branding nell'era del commercio digitale



per 1 utente su 3

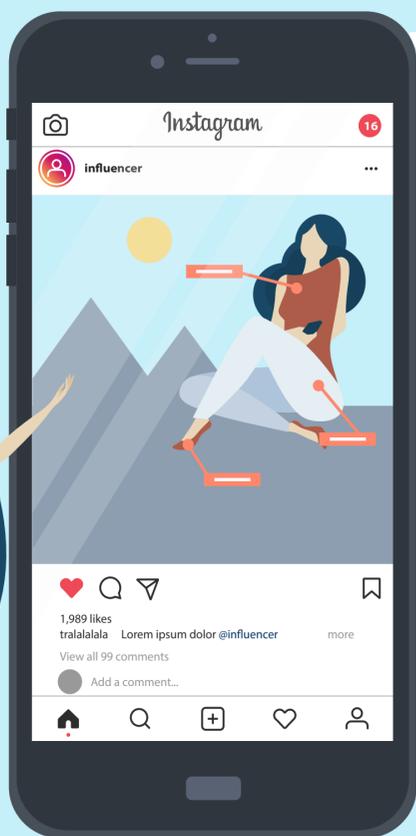
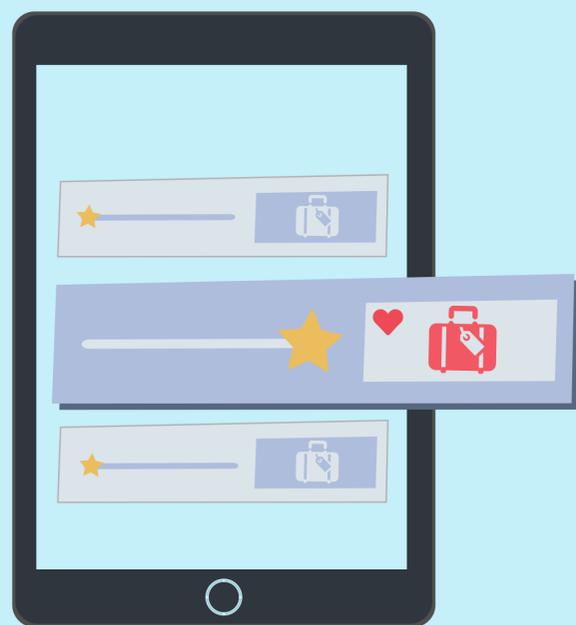
non essere acquistabile online è un minus per un brand

65%

nota prodotti Private Label

43%

li acquista



74%

trova che la promozione da parte di un influencer sia vantaggiosa per la marca



1 utente su 2

che nota un prodotto sui social lo compra