

## رمز و رازهای لگو

▪ **لگو و بزرگسالان:** لگو با عرضه ۱۴۲ مجموعه برای بزرگسالان (۱۵ درصد کل محصولات در آمریکا)، بخش "کودک-بزرگسال" را هدف قرار داده که ۲۸ درصد از فروش اسباب بازی‌ها را تشکیل می‌دهد.

▪ **استراتژی کمبود:** لگو با بازنشستگی سالانه مجموعه‌ها، تقاضا را بالا نگه می‌دارد و ارزش کلکسیونی محصولات را افزایش می‌دهد.

▪ **نوآوری پایدار:** لگو در سال ۲۰۲۳، ۶۰ درصد بیشتر روی پروژه‌های زیست محیطی سرمایه‌گذاری کرد و کیسه‌های کاغذی را جایگزین پلاستیک کرد.

▪ **لگو و داستان‌گویی:** مدیرعامل سابق، یورگن ویگ کنودستورپ، لگو را نه فقط یک شرکت اسباب بازی، بلکه یک پلتفرم داستان‌گویی می‌دید که هر آجر، فرصتی برای تخیل است.