

‘We mijden een discountuitstraling’

30-07-2007 00:00

In het julinummer van RetailTrends een interview met Tom de Wit en Gijs Metz, de directie van FACO / DIO. "Als het om de prijsperceptie gaat, mag je in de ogen van consumenten nooit duurder zijn dan je concurrent. In supermarktländ heb je service-concepten. Wij zien onszelf als service-drogist. Sterke prijsdalingen hebben we dus gevolgd om consumenten een prijsveilig gevoel te geven. In retail moet je je nooit onderscheiden op je zwakke punten. Wij communiceren dus niet dat we de goedkoopste zijn. Ook mijden we een discountuitstraling."

Lees er meer over in het julinummer van RetailTrends. Een jaar-of gratis proefabonnement? Klik [hier](#).