EM-TÉ gaat formule ‘finetunen’

25-03-2008 00:00

Bij Sligro liggen plannen op tafel om de tachtig EM-TÉ filialen lokaal te ‘finetunen’. Het concern geeft zijn supermarktondernemers de opdracht het winkelbeeld te verbeteren aan de hand van bevindingen uit een grootschalig klantenonderzoek. Dat verklaart John van Heerebeek, directeur marketing en sales van EM-TÉ, tegenover Distrifood.

De EM-TÉ’s kwamen over het algemeen goed uit de test. “Een gemiddelde score van 7,4 is prima. Dat geeft aan dat we op de goede weg zijn. De klant beschouwt klantvriendelijkheid en onze versafdelingen als de sterkste punten. Laat dat nu net de twee pijlers van EM-TÉ zijn.”

Op lokaal niveau gaat Sligro sterker aan de slag met de enquête. “Alle supermarktmanagers hebben een map ontvangen met daarin gegevens over de eigen score, de filiaalscore afgezet tegen de regio en het landelijke beeld. Daarnaast zetten we alle individuele opmerkingen op een rij. Zij moeten daar lokaal mee aan de slag”, aldus Van Heerebeek.