

# AH gaat lokaler opereren

08-07-2008 00:00

Marktleider Albert Heijn gaat zich meer richten op lokale marketing. Naast de afstemming van het assortiment op de wijk wil de supermarktketen activiteiten in de buurt ontwikkelen. De leus 'Mijn Albert Heijn' moet zo meer tot leven komen, aldus directievoorzitter Dick Boer in het personeelsblad Ahá.

Boer noemt de ruilmiddagen en het schminken van kinderen bij de smurfenactie als voorbeeld. "We kunnen centraal de regie voeren en regionaal uitvoeren", stelt Boer.

Verder oppert de topman meer aandacht voor één op één relaties. "Dat vereist een vernieuwende aanpak. Bijvoorbeeld door na te denken over hoe we de jongere doelgroep, de consument van morgen, het best kunnen benaderen."

Boer stelt dat ook het assortiment van de winkel beter moet worden afgestemd op de wijk. "Het is belangrijk dat er voldoende keuze en diversiteit in ons assortiment blijft. In onze multiculturele samenleving zijn we ons daar nog meer bewust van."