

Jumbo heeft 'liever tien keer een dubbeltje dan drie keer een kwartje'

27-03-2019 14:30



Jumbo heeft met het waarborgen van zijn 7 zekerheden 'niet voor de makkelijke weg gekozen'. "Daar tegenover staat dat ze hebben wel een belangrijk aandeel hebben in onze groei", zegt marketingmanager Sander van de Gevel tegenover [RetailTrends](#).

Jumbo probeert onder meer al jaren met zijn 'euro's goedkoper'-garantie klanten de laagste prijs te bieden. Volgens Van de Gevel is deze garantie ontstaan vanuit een filosofie uit de guldentijd. "De gedachte was: liever tien keer een dubbeltje dan drie keer een kwartje." Met 'euro's goedkoper' krijgen klanten een product gratis als zij deze bij een andere supermarkt goedkoper tegenkomen. Bovendien past de supermarktketen de prijs aan. Deze garantie valt onder de 7 zekerheden, die Jumbo ruim twintig jaar geleden introduceerde, tegelijk met zijn nieuwe formule. Het bieden van de laagste prijzen, het grootste assortiment en een goede service stonden hierin centraal.

Sander van de Gevel vertelt op [RetailTrends](#) meer over het belang van de 7 zekerheden.

Catch the shopper op 25 april

Sander van de Gevel is marketingmanager content offline bij Jumbo en één van de sprekers tijdens het RetailTrends-event Catch the Shopper dat op 25 april plaatsvindt in Maarssen. Hij gaat hier verder in op de 7

zekerheden en andere succesfactoren van Jumbo. Andere sprekers zijn onder meer Bever, Allerhande, Only for Men en Rumag. Ga voor meer informatie en om je aan te melden naar de website catchtheshopper.nl.