

Jumbo's kracht: vrouwelijke touch

29-06-2006 00:00

"Als je weet dat tachtig procent van je klanten vrouw is, dan is het ook wel prettig als zij zich op hun gemak voelen." Aldus commercieel directeur Colette Cloosterman-Van Eerd (foto). En dat lijkt merkbaar in de Jumbo-supers.

"Ik hoor het wel terug: dit is nou echt een vrouwelijke supermarkt. Ronde vormen, warme kleuren, maar ook de praktische inrichting. Aardbeien moeten bovenop in het wagentje, dus zit het versplein aan het einde. Jumbo heeft een vrouwelijke touch." Het ouwe-jongens-krentenbrood-gehalte van de branche leidt volgens Cloosterman-Van Eerd vaak tot mannelijke supermarkten, waar alles recht en hoekig is, met veel staal en technische speeltjes.