

De category als rendementsverbeteraar

20-04-2003 02:00

Hozelock is inmiddels een ingeburgerd gezicht binnen het Nederlandse tuinsegment. Om verdere groei te realiseren, zet het merk voor het totale assortiment in op presentatie, een omzetverhogende category-aanpak en verlaagt – waar nodig – de prijs. “65% van de mensen laat een impulsartikel liggen. De aankoopbeslissing valt binnen 2 minuten en daar kunnen we zelf heel wat aan doen”, meent Christian Janssen, directeur van Hozelock Benelux.

Marc Nelissen