

Home Depot profileert omnichannel

07-12-2019 16:07



“How doers get more done” komt in de plaats van “More saving. More doing”. Met deze slogan profileert de DHZ-retailer zich met zijn 'updated digital and delivery options' voor moderne klusconsumenten. Zie *VIDEO hieronder*.

Sinds 2017 investeerde Home Depot \$11 mrd in de operatie door de bezorg-mogelijkheden en het buy-online-pickup-in-store aanbod, door de mobiele app te verbeteren, augmented reality toe te voegen en in-store product-locator kaarten aan te bieden.

“Our purpose is to empower doers,” zegt Home Depot zelf. “This grows and expands beyond more saving, more doing ... Helping doers get more done is what this campaign is about.”

Marc Nelissen