Als de klant misgrijpt, is dat dodelijk

20-11-2013 00:01



Door veel meer in te zetten op de professionele gebruiker, wist dhz-speler Hornbach ook in de afgelopen, lastige jaren een tevredenstellend resultaat te halen. Zeker de komst van de drive-in in Breda was een positieve impuls. “Onbekend maakt onbemind, dus je moet de voordelen communiceren. Uiteindelijk resulteert dat in 15% meer klanten.”

Marc Nelissen