

PERSBERICHT

Utrecht, 27 maart 2009

Bol.com, Albert Heijn en Jumbo genomineerd voor (Re-)Connect Retail Award 2009

Bol.com, Albert Heijn en Jumbo zijn dit jaar genomineerd voor de (Re-)Connect Retail Award die op 7 april aanstaande wordt uitgereikt tijdens de 18e editie van ‘What’s going on in Retailing?!’. De drie retailers verdienen de nominatie doordat ze de aansluiting bij de wensen van de consument bovengemiddeld goed hebben (her)vonden. De (Re-)Connect Retail Award wordt uitgereikt op basis van het onderzoek Trends in Retail, dat elk jaar wordt uitgevoerd door TNS NIPO, in opdracht van Capgemini.

Op basis van voortdurend consumentenonderzoek beoordeelt Trends in Retail het presteren van Nederlandse retailers op de factoren attractiviteit, *commitment* en *brand equity*. De resultaten van het onderzoek laten zien dat de genomineerde retailers uitstekend inspelen op de ontwikkelingen in hun sector en het beste gehoor geven aan de wensen van de klant. Op die manier halen zij bovendien het meeste profijt uit de consumentenbestedingen. De impact van het negatieve economische klimaat heeft echter ook zijn uitwerking op een groot aantal retailers niet gemist. Nog nooit zijn verschillen tussen prestaties zo groot geweest. Een opvallende uitkomst is dat met Bol.com voor het eerst een on-line retailer op basis van dominante imagoaspecten genomineerd is.

Bol.com: hét mediawarenhuis

In het segment van mediawinkels heeft Bol.com zich op de brede set van imagoattributen weten te onderscheiden. De attractiviteit van het formule merk nam toe, evenals het *commitment* van de klant. Ook waardeert de consument de innovatieve kracht en vernieuwing van het aanbod bovengemiddeld, zowel binnen het assortiment als binnen de diensten. Uit het onderzoek blijkt daarnaast dat de toegankelijke service en klantvriendelijke afhandeling krachtiger gewaardeerd worden. Verrassend is ook dat de consument Bol.com niet uitsluitend als ‘webwinkel’ ziet, maar ook als oriëntatie en koophulp. Bovendien worden toegankelijkheid en gemak van aankoop door de consument als sterk hoger ervaren. Bol.com lijkt erin geslaagd te zijn de claim van mediawarenhuis waar te maken. Bol.com wint ten slotte aan

attractiviteit en *commitment* door het aanbod van meer afgestemde assortimenten, hoger actualiteitsniveau en sneller wisselende assortimenten.

Albert Heijn: magneetachtige attractie

Albert Heijn blijft zichzelf versterken als het gaat om *commitment* en attractiviteit op de belangrijkste consumentenwaarden binnen de sector foodretail. Albert Heijn was twee keer eerder winnaar van de (Re-)Connect Award en heeft nu voor de vierde keer op rij een nominatie in de wacht gesleept. Op de grootste set imagoaspecten weet Albert Heijn zich verzekerd van een magneetachtige attractie door vernieuwende assortimenten, verrassende aanbiedingen en acties, servicegerichtheid en een goede balans tussen prijs en kwaliteit. Ook is de attractiviteit van Albert Heijn als marktleider onder ‘niet klanten’ gestegen. Opvallend is ook de mate van ‘verjonging’ binnen de primaire en secundaire klantgroepen.

Jumbo: toegankelijke formule

Jumbo werd in de twee voorgaande jaren ook genomineerd als uitschieter binnen de sector *foodretail*, en weet zich ook in deze 2009 editie sterk te onderscheiden. Sterke imago- en perceptieaspecten hebben op de consument een bovengemiddelde attractie als resultaat, ondanks de ogenschijnlijke tegenstellingen om tevens de beste als de goedkoopste te willen zijn. Jumbo scoort zowel in attractiviteit als *commitment* sterk beter, waarbij de imagoaspecten rond assortimenten, servicegerichtheid en ‘toegankelijkheid’ van de formule sterk plussen. Opvallend is bij Jumbo de attractiviteit met betrekking tot ‘niet- klanten’.

Trends in Retail (Re-)Connect laat ook dit jaar opvallend goede scores zien voor *runners-up*, Scapino, Action en Etos. Scapino en Action hebben de afgelopen twaalf tot 18 maanden hun attractiviteit weten te verhogen op imagoaspecten rond assortiment en prijs-prestatie verhoudingen. Etos als ‘service’ speler in het ‘geur-, kleur- en verzorgingssegment’ wist veel punten te scoren met verrassende aanbiedingen en het aanspreken van een bredere doelgroep. Ook assortimentsaspecten scoorden daarbij beter.

Voor het eerst sinds de start van het onderzoek zijn de prestaties van de sector als geheel sterk gegroeid, evenals die van de spelers daarbinnen. De tijd van ‘Stay or Go’ lijkt te zijn aangebroken. Dit blijkt na analyse van de belangrijkste consumenten imago aspecten anno 2009.

De winnaar van de (Re-)Connect Retail Award wordt bekend gemaakt op dinsdag 7 april aanstaande, tijdens de achttiende editie van ‘What’s going on in *Retailing*?!’ bij NBC in Nieuwegein (voor meer informatie, zie: www.retailing.nl). De uitreiking van de award is gebaseerd op het onderzoek Trends in Retail 2008 van Capgemini, dat de belangrijkste trends op het gebied van retail beschrijft en aangeeft hoe retailers hierop kunnen inspelen. Het volledige onderzoek wordt dit jaar in september gepresenteerd.

EINDE PERSBERICHT

Over Capgemini

Capgemini levert aantoonbaar toegevoegde waarde aan de prestaties en veranderingsprocessen van zijn klanten in een groot aantal branches. Dit gebeurt met een compleet en innovatief aanbod van consulting-, technology- en outsourcingdiensten, die vrijheid creëren in het ondernemerschap van de klanten. Daarbij werkt Capgemini op een onderscheidende manier - the Collaborative Business Experience™ - samen met zijn klanten aan het behalen van snellere en betere resultaten. Bovendien wordt gebruikgemaakt van het eigen wereldwijde leveringsmodel Rightshore®, met als doel de juiste resources op de juiste locatie tegen concurrerende prijzen te kunnen leveren.

Capgemini heeft vestigingen in 36 landen en heeft wereldwijd meer dan 90.000 medewerkers in dienst. De organisatie realiseerde in 2008 een omzet van 8,7 miljard euro. Meer informatie is beschikbaar op www.nl.capgemini.com.

Rightshore® is een handelsmerk van Capgemini.

Voor meer informatie:

Capgemini

Madelon Kaspers

Woordvoerder

Telefoon: +31 (0) 30 689 24 53

Mobiel: +31 (0) 6 1003 5834

Email: persvoorlichting.nl@capgemini.com