



Albert Heijn

## El supermercado de los holandeses

### Redacción

redaccion1@ediho.es

Holanda es un país caracterizado por su cosmopolitismo; las novedades están en casa... y pronto se convierten en habituales.

Sus comercios lo reflejan; seguramente en Europa han sido los primeros en sacar partido a los «mercados étnicos». Una visita en imágenes al supermercado Albert Heijn muestra algunos de los productos que se venden con más éxito entre los consumidores

### Marketing

de ese país. Las fotografías corresponden a una de las tiendas de Amsterdam y fueron tomadas en febrero de 2006.

(1) Los zumos de fruta sacan partido de las propiedades que tiene la fruta y hortaliza en fresco. Un negocio en el que han entrado firmas de la comida industrializada muy reconocidas.

(2) Zanahorias redondas como patatas: las zanahorias cortadas en formas «diferentes», venden. En la imagen se observan bolitas de zanahoria en un supermercado Albert Heijn.

(3) Mezclas de verduras con composiciones como las que se usarían en las cocinas china, italiana y tailandesa es lo que agrupa la isla de la fotografía.

(4) Los folletos con recetas son esenciales para promocionar las compras; en los supermercados Albert Heijn cuentan con folleteros propios y con recetas para los productos que ofrecen en su sección de frescos.

(5) La diversidad vende. Y más si es en un producto tan elemental como la patata, que forma la base alimenticia del país.



**(6)** También en patata entera, la diversidad es un factor de promoción.

**(7)** Ensaladas en cuarta gama y, debajo... un interesante surtido de setas, en diferentes composiciones dentro de los envases.

**(8)** La diversidad en pimientos también vende.

**(9)** Si vendo una piña, también tengo que dar la solución a cómo prepararla en casa; en la imagen, el instrumento al efecto.

**(10)** Las mezclas ganan en diversidad.

