

# Excellent Detail

AWARD 2009

## Titus Vogt bundelt zegeningen

**Supermarkt Actueel nomineert Jumbo-franchiser Titus Vogt voor de Excellent Detail Award 2009. Hij is een bijzonder actieve ondernemer en publiceerde een verzameling van zijn initiatieven in een speciale editie van de Dockumer Courant. Hiermee bundelde hij zijn zegeningen.**

In oktober 2005 opende Vogt zijn Jumbo in Dokkum. Al een jaar na de opening was de Jumbo marktleider in het Friese stadje.

Niet slecht voor iemand die op dat moment pas zijn eerste schreden zette in de supermarktbranche. Het succes is 'm

zeker niet aan komen waaien. Dit succes heeft te maken de tomeloze inzet en creativiteit van de ondernemer. Hij organiseert tal van initiatieven waarmee hij onder de aandacht wil blijven bij klanten, nieuwe klanten naar zijn winkel wil trekken en waarmee hij zijn medewerkers wil belonen voor de bijdrage die zij leveren aan het succes van de supermarkt. Alle media-aandacht die hij de afgelopen jaren kreeg, heeft Vogt gebundeld in een boekwerk van 32 pagina's. De ondernemer heeft dit boekwerk als beloning uitgedeeld onder zijn toeleveranciers, medewerkers én klanten.

### Bundelen

Het idee om zijn zegeningen te bundelen ontstond toen Vogt volop in de running was voor de ZO<sup>2</sup>Z-Award van het Vakcentrum. "Dit boekje wilde ik geven aan de jury van de ZO<sup>2</sup>Z-Award zodat ze een beeld kregen van wat ik allemaal deed als ondernemer", aldus Vogt. De ondernemer schatte de bundeling op waarde en realiseerde zich dat hier veel meer mensen plezier aan konden blijven. "Het boekwerk heb ik ook mijn leveranciers toegezonden. Omdat ik als tweede ben geëindigd in de verkiezing van de ZO<sup>2</sup>Z-Award heb ik dat in een zilveren envelop gedaan. De reacties waren zeer enthousiast." Vogt vond het belangrijk om zijn toeleveranciers niet te vergeten. "Ook zij dragen hun steentje bij aan het succes van een winkel." Bijzonder aan de bundeling is dat het is vormgegeven als de Dockumer Courant. "Die krant is een begrip in deze

contreien. Dat heeft dus veel uitstraling. Bij de krant vonden ze het geen enkel probleem dat wij hun look & feel gebruikten. Dat hebben we mede te danken aan de goede samenwerking." Inmiddels zijn er 350 speciale edities van de Dockumer Courant in omloop.

### Nieuws

Vogt vindt het heel belangrijk dat zijn supermarkt continu in het nieuws is. "Is er geen nieuws, dan maken we wel nieuws. Met grote regelmaat stuur ik persberichten naar de lokale media. Het is ongelooflijk hoe vaak deze berichten worden gebruikt voor de bladen." Al het nieuws dat de ondernemer maakt, kost hem wel de nodige tijd, energie en ook wel wat geld. Maar dat weegt volgens hem niet op tegen de voordelen. "Mijn supermarkt moet leven. Bij mijn klanten, bij mijn medewerkers en bij mijn leveranciers. Dat draagt sterk bij aan het succes van de winkel. Ik ben iemand met een langetermijnvisie. Ik denk sta niet te lang stil bij wat activiteiten of initiatieven kosten. Het gaat mij er om wat ze op de lange termijn voor de winkel betekenen."

### Goede zomer

De publiciteit rond de activiteiten van Vogt gaat niet ongemerkt voorbij. Zo heeft de ondernemer een zeer succesvolle zomer achter de rug. Hij erkent dat dit voor een belangrijk deel komt door de grote hoeveelheid toeristen die vakantie in eigen land vierde. Maar ook enkele initiatieven waarmee hij onlangs lokaal in het nieuws kwam, droegen



De speciale editie van de Dockumer Courant heeft inmiddels een oplage van 350 exemplaren.

hieraan bij. “Deze zomer hebben wij maar liefst tweeduizend nieuwe klanten mogen begroeten in de supermarkt.” Geen gering aantal. Maar niet alleen tot klanten dringt de ondernemende instelling van Vogt door. Ook medewerkers realiseren zich hoe vooruitstrevend hij is als werkgever. “Normaal gesproken komen er via mijn website wekelijks zo’n vijftig open sollicitaties bij ons binnen. Afgelopen zomer waren dit er maar liefst twintig per week meer. Doordat ik de medewerkers laat blijken hoe belangrijk zij voor de supermarkt zijn, willen mensen graag bij ons werken.”

### Sterren

Tal van initiatieven passeerden de revue bij Vogt de laatste tijd. Op zich lang niet altijd even opzienbarend, maar ze genereerden wel veel aandacht. Zo stuurde hij enkele weken geleden een persbericht naar de kranten waarin Vogt aangaf dat bij Jumbo Dokkum niet alleen ruimte is voor jonge werknemers. “Die kritiek krijgen supermarkten vaak. Ik wilde laten weten dat dit bij ons absoluut niet het geval was. Bijna iedere krant heeft melding gemaakt van ons beleid.” Daarnaast prijken sinds deze zomer vijf sterren op de trap naar de medewerkersruimte. “Mijn medewerkers zijn belangrijk voor me en dat wilde ik graag duidelijk maken. Vandaar de vijf sterren op de trap die ook alle klanten kunnen zien. Een paar stickers die bijna niks kosten, leverden ons toch heel veel aandacht op in de kranten.” Het verspreiden van waardebonnen voor een ijssalon onder zijn medewerkers, was wel wat duurder. “Maar de respons die je er op krijgt, is enorm. Dit soort acties maakt Jumbo Dokkum tot een geliefde werkplek.”

René de Wit

## Nominatie 2009

# Excellent Detail

AWARD 2009

### Criteria Excellent Detail Award:

- ✓ Innovativiteit en toegevoegde waarde
- ✓ Uitvoering en verwerkte retailkennis
- ✓ Praktische toepasbaarheid voor derden

### Nominatie:

Bundeling zegeningen

### Supermarkt:

Jumbo in Dokkum, Titus Vogt

### Kernpunten:

- Extra klanten trekken
- Goodwill kweken bij klanten
- Goodwill kweken bij leveranciers
- Goodwill kweken bij medewerkers
- Personeel meldt zich massaal aan
- Verworven marktleiderschap



Titus Vogt: “Het idee om onze media-aandacht te bundelen ontstond toen we volop in de running waren voor de ZOZZ-Award van het Vakcentrum”.

Heeft u ook een creatieve oplossing voor een praktisch probleem of een manier om uw omzet te verhogen? Bel of mail de redactie: 024-8200203 of [supermarkt@t-en-s-productions.nl](mailto:supermarkt@t-en-s-productions.nl)