

Setpoint nieuwe stijl

15-01-2009 00:00

Mannenmodeketen Setpoint heeft sinds de overname door Logo International niet stil gezeten. Afgelopen jaar werd dit duidelijk door de (her)opening van een zestal winkels. Voor het zover was heeft Setpoint de formules tegen het licht gehouden en 'afgestoft' waar nodig. In samenwerking met reclamebureau Crossmarks is vervolgens een geheel nieuwe merkdefinitie vastgesteld.

Het herpositioneringstraject is anderhalf jaar geleden gestart en loopt nog steeds. Na de overname, nu tweeënhalve jaar geleden, volgde eerst een reorganisatie. Hierin werden onderdelen als de collectiesamenstelling, de inkoop en het personeelsbeleid aangepakt. "Voorts is commercieel directeur Rien Jansen samen met Max Dekker, van Max Dekker Assortment & Presentation Concepts, aan de slag gegaan met het vaststellen van de juiste modestijl en smaaksegmenten voor Setpoint", begint Martijn Akkermans, marketing manager.

Alles over Setpoint is te lezen in het januarinumnummer van RetailTrends. Een jaarabonnement op RetailTrends? Klik [hier](#). U kunt een gratis proefnummer aanvragen via sales@retailtrends.nl.