

## **'Middensegment in fashionbranche houdt het lastig'**

19-06-2014 00:00

Fashionretailers zien hun volume en omzet dit jaar met respectievelijk twee en drie procent dalen. Dat voorspelt de Rabobank. Voor spelers binnen het goedkope en dure segment is het scenario iets rooskleuriger, aldus de bank.

Met name in het middensegment woedt de concurrentie hevig en is het onderlinge onderscheidend vermogen beperkt. Fashionretailers dienen een positie te kiezen waarin de klant centraal staat en hun verkoop- en communicatiekanalen uit te breiden. Zo is een groot deel van de zelfstandige modezaken volgens de bank nog niet online aanwezig.

Die achterstand is niet meer in te lopen met een website of webwinkel. Een online strategie gaat namelijk verder, aldus de Rabobank. De integratie van m-commerce maakt het verschil. Daarnaast is het cruciaal om gebruik te maken van social media. Daarbij draait het om interactie met de consument. Aspecten als beleving, service en presentaties moeten naadloos aansluiten bij de doelgroep.

Retailers dienen met hun personeel in gesprek te gaan over de vraag of ze nog intrinsiek gemotiveerd zijn om aan de veranderende klantbehoefte te voldoen, zegt Alexander Heijkamp, sectormanager detailhandel bij Rabobank. "Bezitten ze de natuurlijke vaardigheden om dienstbaar te zijn? Krijgen ze een kick als er positief over de winkel wordt gesproken op social media? Is het antwoord op deze vragen negatief, neem dan alsjeblieft afscheid van elkaar."