

Sinterbuzz in mode: Sinter who?

10-12-2014 00:00

Door Toine van der Heijden
Redactie RetailWatching

Kerst en Sinterklaas zijn belangrijke verkoopmomenten. Dan is het voor retailers zaak om aandacht te creëren. Met nieuwe producten, speciale aanbiedingen, feestelijke verpakkingen en extra diensten. Wie was daar in de aanloop naar 5 december extra succesvol mee? Vandaag vergelijkt RetailWatching de spelers uit de modebranche.

De grootste surprise op pakjesavond was dit jaar het faillissement van Mexx. Dat nieuws kreeg op 4 december meteen zeven keer zoveel aandacht als alle andere events in de modesector de afgelopen maand. We zagen het al een beetje aankomen, na het sluiten van de flagshipstore en de webwinkel. Mexx kwam nog met een pop-up webshop, maar dat was waarschijnlijk een noodgreep.

Van de circa veertig winkelketens die we volgen, veroorzaken H&M en Primark in de aanloop naar Sinterklaas de meeste buzz. Ironie is dat ze bij H&M en Primark helemaal niet aan Sinterklaas doen. Dit zijn internationale formules met internationale kalenders en dus is 5 december een eigenaardig lokaal blipje in de verkoopcijfers in de weken voor Kerstmis.

Opvallend is C&A dat voor de drukte uit surft met extra buzz in oktober. Daar zit wellicht een element van anti-cyclisch plannen in. Of misschien is het gewoon de markt die net even iets meer over C&A praat. Zoals dit bericht op Twitter: 'Arriveert een Belg in New York. De Amerikaanse official opent zijn jas en zegt: FBI. De Belg opent zijn jas en reageert: C&A!'

Zalando en ASOS zijn ook effectieve buzz-machines. Met name ASOS valt op, want voor deze formule kan Nederland helemaal niet zo'n belangrijke markt zijn. Bij ASOS zijn het dan ook de echte fans, de fanatieke fashionados die de boodschap verspreiden. De formule voedt hen met een constante stroom impulsen. Daar is fashion geen seizoensbusiness maar draait het om wekelijks nieuw aanbod. Vanuit de logistiek is de uitdrukking fastfashion ontstaan, maar deze dynamiek kan beter omschreven worden als fresh fashion. Mode met elke week verse aanvoer!

Deze week wordt met behulp van Brandwatch.com dieper ingezoomd op de sinterbuzz in verschillende branches. Donderdag is er aandacht voor speelgoed en entertainment en vrijdag zijn huishoudelijk en elektronica aan de beurt.