

Ace & Tate: 'Wij doen niet aan upselling'

06-07-2015 13:32

Consumenten willen geen bullshit meer op de mouw gespeld krijgen. Dat zegt Ace & Tate-oprichter en ceo Mark de Lange in het zomernummer van EtailTrends, dat vrijdag verschijnt. "Bij ons kost een bril altijd 98 euro. Of je nu plus tien of min tien hebt."

In deze benadering ziet het grootste verschil met de traditionele optieketens, zegt De Lange. "Wij doen niet aan upselling. Dat je met een 'twee-brillen-voor-79-euro-aanbieding' naar binnen wordt gelokt en vierhonderd euro lichter naar buiten loopt."

De Lange probeert met Ace & Tate te bewijzen dat je online een brillenmerk groot kunt maken. De meeste consumenten reageren daar in eerste instantie afwachtend op, stelt hij. Toch probeert het merk hen niet te overtuigen een bril online te kopen. "Wij zijn namelijk geen pushy sellers", aldus de ceo.

Ace & Tate biedt sinds zijn start een gratis 'Home try-on-service' aan, waarbij klanten maximaal vier modellen vijf dagen kunnen passen. Zo kunnen ze ook familie en vrienden om hun mening vragen, legt De Lange uit. "Iets wat bij een gewone opticien niet kan, terwijl je persoonlijke omgeving de beste spiegel is."

Ace & Tate heeft de ambitie om hét next-generation brillenmerk ter wereld te worden. Dat betekent niet alleen een winkel in Amsterdam en wellicht ook Duitsland, maar 'een sterk verticaal geïntegreerd merk dat overal verkrijgbaar is'. In EtailTrends 4 gaat De Lange in op de onstuimige groei van Ace & Tate. [Klik hier voor meer informatie over een abonnement.](#)